



Universidade de Brasília - UnB

Instituto de Ciência Política – IPOL

Bacharelado em Ciência Política

#EleiçãoSemLulaÉFraude x #MoluscoNaCadeia:

**Memes no julgamento do Lula e o confronto de enquadramentos por meio
do humor**

Matheus Baccharin Pereira

Brasília,

2018

Matheus Baccarin Pereira

#EleiçãoSemLulaÉFraude x #MoluscoNaCadeia:

**Memes no julgamento do Lula e o confronto de enquadramentos por meio
do humor**

Monografia apresentada ao Instituto de
Ciência Política (IPOL) da Universidade de Brasília
(UnB) como requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Ciência Política.

Orientadora: Professora Marisa von Bülow

Brasília,

2018

Matheus Baccarin Pereira

#EleiçãoSemLulaÉFraude x #MoluscoNaCadeia:

**Memes no julgamento do Lula e o confronto de enquadramentos por meio
do humor**

Monografia apresentada ao Instituto de
Ciência Política (IPOL) da Universidade de Brasília
(UnB) como requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Ciência Política.

Prof^a Dr^a Marisa von Bülow

Orientadora

Prof. Dr. Thiago Aparecido Trindade

Parecerista

À minha mãe.

Agradecimentos

À minha mãe, Regina Estela. Sem o teu amor este trabalho não teria sido possível.

À minha vó, Victoria, a nossa matriarca. A força da senhora é uma inspiração sem precedentes.

À minha madrinha, Izildinha. Um brinde às boas risadas que sempre damos.

À minha prima-hermana Ana Carolina. Obrigado por ser tão sensível.

À Isabella Chrisostomo e às nossas conversas sobre comunicação e vampiros. Que a gente alcance nossos sonhos de vida bonita.

À Viviane Alvarez. Você foi tão querida durante o processo de escrita deste trabalho, eu não tenho nem palavras. Te agradeço muitíssimo pelo carinho e pelas músicas compartilhadas.

Ao Luc Venturim, que também me fez sorrir com tuas palavras.

À Débora e Milena, pelo carinho e por terem me acolhido. Aos góticos!

Ao amigo Lucas Sena, sempre muito atencioso e amável.

À Gláucia Silva e nossas risadas crônicas. O teu bom humor é revigorante.

À Daniela Santiago e as conversas sobre memes, cotidiano brasileiro e Márcia Sensitiva.

À Professora Marisa von Bülow, sobretudo pela compreensão, orientação prestada e inspiração dada no instigante curso de Internet e Política. Obrigado pela paciência, pelo incentivo, pela oportunidade de te ter como orientadora, pelos memes enviados e pelo senso de humanidade.

Ao Resocie, com suas cada vez mais necessárias discussões. Em especial, agradeço à Professora Debora Cristina Rezende de Almeida, que me concedeu a oportunidade de fazer um PIBIC sobre o Conselho Nacional de Saúde, cujos conselheiros me inspiram até hoje a lutar pela democracia.

Resumo

O julgamento do ex-presidente Lula teve grande impacto na opinião pública brasileira e pode-se dizer que ele dividiu ideologicamente o país. Por um lado, houve manifestações a favor da prisão de Lula; pelo outro, vimos manifestações a favor da sua liberdade e candidatura à Presidência. No Twitter, essa batalha pôde ser percebida por meio das hashtags #LulaLivre e #LulaPreso, contrapondo os cidadãos a favor ou contra a condenação e posterior prisão de Lula. Nesse processo contencioso, parte dos usuários do Twitter lançou mão do uso de memes para emitir opinião sobre o julgamento do maior líder do Partido dos Trabalhadores. Os memes da Internet são hoje parte da cultura digital, marcada pela individualidade conectada em redes. O emprego de memes como performance comunicativa na discussão sobre política cria e reforça diferentes enquadramentos coletivos. O objetivo deste trabalho é entender se, no caso analisado, os memes foram usados como prática digital ativista, de modo a advogar a favor ou contra a condenação de Luiz Inácio Lula da Silva. Com esta pesquisa, foi possível também analisar estratégias discursivas e estudar o uso do humor, da ironia, do sarcasmo e da ofensa como componentes de debates polarizados nas mídias sociais.

Palavras-chave: memes, humor, *Twitter*, enquadramentos, Lula, Brasil, ativismo digital, política contenciosa.

Abstract

The trial of former President Lula has had a great impact on Brazilian public opinion. It is possible to state that it has ideologically divided the country. On the one hand, there were demonstrations in favor of the imprisonment of Lula; on the other hand, there were demonstrations in favor of his freedom and in favor of his candidacy for the presidency. On Twitter, this battle could be perceived through the hashtags #LulaLivre (#LulaFree) and #LulaPreso (#LulaArrested), through which social media users mobilized for or against Lula's trial and subsequent arrest. As part of this contentious process, Twitter users intensively created and diffused memes to express their opinions. Internet memes are now part of digital culture, characterized by networked individuality. The use of memes as a communicative performance in political debates creates and reinforces different collective frameworks. The goal of this research is to understand if, in the case analyzed, the memes were used as a digital activist practice, as a way of advocating in favor or against Luiz Inácio Lula da Silva's trial. With this research, it was also possible to analyse the use of humour, irony, sarcasm and offense as components of polarized debates in social media.

Keywords: memes, humour, *Twitter*, framings, Lula, Brazil, digital activism, contentious politics.

Siglas

Habeas Corpus – HC

MBL - Movimento Brasil Livre

PF - Polícia Federal

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PCdoB – Partido Comunista do Brasil

PT - Partido dos Trabalhadores

STF - Supremo Tribunal Federal

STJ – Supremo Tribunal de Justiça

TCU - Tribunal de Contas da União

VPR - Vem Pra Rua Brasil

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Sandra Annenberg	25
Figura 2- Caetano Veloso.....	26
Figura 3 - Vladimir Putin.	45
Figura 4 - Temer: Repito, não gostei!	47
Figura 5– PF na Fenda do Biquíni.	52
Figura 6 - MBL 1.	62
Figura 7 – VPR.1	62
Figura 8 – Camiseta do MBL	63
Figura 9 – Tchau, Querido.	64
Figura 10– Austrália.	73
Figura 11 - Fumaça Preta	74
Figura 12- Passaport.	75
Figura 13 – Cachaça 51	76
Figura 14– Powerpoint.....	78
Figura 15 – Camiseta de Lula.....	79
Figura 16 - Analfabeto	83
Figura 17– Tweet “Parabéns Lula”	84
Figura 18– Tweet “Prisão domiciliar”	84
Figura 19- Pobres expulsos	85
Figura 20- Nadando.....	85
Figura 21- “Princeso lindo”	87
Figura 22 –Cármén/Temer	87
Figura 23 - “Girlgroups”	95
Figura 24- Naruto.....	95
Figura 25 - “Acima da Lei”	98
Figura 26 - Paraíso 1.	98
Figura 27- Paraíso 2.	99
Figura 28 - Comensais da Morte.....	99
Figura 29- McGonagall.	101
Figura 30 – Togados do STF.....	101
Figura 31 - SBT.	101
Figura 32 - Pablo Vittar.....	102
Figura 33- Choque de Cultura	102
Figura 34 - Lula no Bob Esponja.	103
Figura 35- Patrick.	103
Figura 36 - Lula Molusco.....	104
Figura 37- Empoderamento.....	106
Figura 38- Caravana.	106

Figura 39- Apologia ao estupro.	107
Figura 40- Ladrão e Vacilão.	109
Figura 41- Ratos.	109
Figura 42– Lixo da história.	110
Figura 43- Alfafa.	111
Figura 44 - Dedos 1.....	112
Figura 45 - Dedos 2.....	112
Figura 46 – Juiz do PSDB.....	113
Figura 47– Ivete Sangalo	114
Figura 48- Lulheinz.	114
Figura 49- Gilmar Mendes japonês.	115
Figura 50- Maluf.....	117
Figura 51- Aécio Neves.....	118
Figura 52- Os “próximos”.....	118
Figura 53 - SPFC.	122
Figura 54– Harry Styles.....	123
Figura 55– Eu Prefiro Satanás	124
Figura 56– Bahamas.....	125
Figura 57- Keating e Pope.	125
Figura 58– Bolsonaro e Moro..	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Dados por período	89
Tabela 2 – Posicionamento político.....	89
Tabela 3- Memes quanto à posição política defendida	90
Tabela 4 – Categorias de conteúdo	93
Tabela 5– Conteúdo por posicionamento	96
Tabela 6– Categorias de postura.....	106
Tabela 7- Postura por posicionamentos.....	110

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1– Quantidade de memes por posicionamento.....	90
--	----

Sumário

Introdução	11
Objetivos.....	14
Metodologia.....	16
Capítulo 1 - Memes e a construção de uma cultura digital	19
1.1 Memesfera	19
1.2 Plataforma: Por quê o Twitter?.....	28
Capítulo 2 – Do impeachment de Dilma à prisão de Lula	31
2.1 “Fora Dilma, Fora Lula, Fora PT”	31
2.2 O Caso do Triplex	36
Capítulo 3 - Memeativismo.....	40
3.2 Produto Interno Bruto: Memes Brasileiros.....	45
3.3 Memes et circensis?.....	51
3.4 Questão geracional	53
Capítulo 4 - Memes como estratégia de comunicação política	57
4.1 MBL e VPR e a comunicação memética.....	61
4.2 - Nichos de memes	64
4.3 - Enquadrando os memes.....	66
Capítulo 5 –Uma revisão da teoria do riso aplicada sobre os memes.....	71
5.1 - “Rir para não chorar”	71
5.2 Sarcasmo e Ironia Online	79
Capítulo 6 - Dados sob análise.....	89
6.1 - Aspecto 1: Conteúdo	90
6.2 - Aspecto 2: Postura.....	104
6.2.1 - Violência e ofensa nos memes	107
6.2.2 - Diferenças entre os três grupos	109
6.3 Argumentos Exploratórios.....	116
Considerações Finais	128
Referências Bibliográficas	131

Introdução

Recentemente, o Brasil viu a primeira prisão de um ex-presidente após a redemocratização do país. Luiz Inácio Lula da Silva foi preso em 07 de abril de 2018, após ter a prisão decretada pelo juiz Sérgio Moro, da Justiça Federal do Paraná. O ex-presidente Lula foi acusado pelo Ministério Público Federal de ter recebido um apartamento no Guarujá em forma de propina da construtora OAS. Por conta disso, ele foi condenado em primeira instância a nove anos e seis meses de cadeia, pela Justiça Federal do Paraná, em 12 de julho de 2017. Na segunda instância, em 24 de janeiro de 2018, o petista teve sua pena aumentada para 12 anos e um mês, definida pelo Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) (SOUZA, 2018).

Em 04 de abril de 2018, foi julgado no STF o Habeas Corpus de Lula, após condenação em 2ª instância. A conclusão, na madrugada de 05 de abril, foi de 6 votos contra o Habeas Corpus e 5 a favor, o que portanto implicou na permissão para a execução imediata da pena de Lula. Em rápida sequência, o juiz federal Sérgio Moro decretou a prisão de Lula na tarde de 05 de abril e pediu que o ex-presidente se entregasse à Polícia Federal até às 17h da sexta-feira, dia 06 de abril. Todavia, Lula resolveu não se entregar e seguiu no Sindicato dos Metalúrgicos em São Bernardo do Campo, rodeado por centenas de manifestantes que o apoiavam. No dia seguinte, foi realizada uma missa de aniversário *in memoriam* à ex-primeira dama Marisa Letícia e Lula fez a seus militantes um discurso histórico, carregado de emoção. No fim da tarde do dia 07 de abril, Lula se entregou à Polícia Federal e foi levado para Curitiba. Desde então, ele cumpre pena na Superintendência da Polícia Federal da capital paranaense (G1 SP, 2018).

A prisão de Lula foi um evento que certamente figurará entre os mais memoráveis e importantes eventos da história recente brasileira. Isso se deve primeiro pelo fato de Lula ter sido o primeiro ex-presidente preso por um crime comum e também pelo peso político deste líder do Partido dos Trabalhadores. Em seguida, pelas circunstâncias do julgamento, que dividiu opiniões e foi polêmico na medida em que o processo foi bastante rápido e, segundo a defesa de Lula, não respeitou direitos assegurados na Constituição Federal, como a presunção de inocência e a prisão somente após a sentença em trânsito e julgado. Por fim, mas não menos importante, deve ser ressaltado o impacto direto da

prisão de Lula nas eleições de 2018, haja vista que o candidato aparecia em primeiro lugar nas pesquisas de intenções de votos (KERVALT,2018).

Em um processo político controverso e espetacularizado, a opinião pública foi mobilizada de diversas maneiras ao longo do julgamento de Lula. Os principais enquadramentos do julgamento de Lula não são desvinculados da polarização que se instaurou no Brasil com o processo de impeachment e a subsequente retirada da presidente Dilma Rousseff do poder em 2016. O enquadramento antipetista, representado online com as alcunhas #ForaDilma e #ForaPT (DIAS,2017; SANTIAGO et al., 2017), traduziu-se posteriormente em #LulaPreso e #MoluscoNaCadeia, demonstrando, portanto, o posicionamento pró prisão de Lula. Inversamente, o lado que defendeu a ex-presidente da República durante o processo do impeachment, contestando a legalidade do ato e entendendo-o como um golpe parlamentar (SANTIAGO et al., 2017), também se pôs a criticar a licitude do processo jurídico contra Lula, conduzido em grande parte por Sérgio Moro. Tais enquadramentos levaram à publicação de milhões de posts, muitos seguindo *hashtags* (palavras precedidas por #) que expressavam diferentes opiniões sobre o evento, tais como, de um lado, #LulaLivre; #EleiçãoSemLulaÉFraude; #EuSouLula, e do outro #LulaPreso; #MoluscoNaCadeia; #CadeiaSemLulaÉFraude.

Considerando que a era digital atual é também imagética, era de se esperar que parcela significativa do conteúdo produzido fosse de imagens. As imagens têm grande apelo emocional, comunicam rápido e muitas vezes dispensam a presença de um texto escrito que as expliquem. Assim, em um espetáculo político como o julgamento e posterior prisão de Luiz Inácio Lula da Silva, as imagens falaram por si só. A partir dessas considerações gerais sobre o papel das imagens, o foco deste trabalho é mais específico: dentro do rol de imagens produzidas e postadas no Twitter, buscou-se investigar os memes.

Nos dias que a internet esteve em polvorosa sobre Lula, em janeiro e em abril, milhares de memes foram criados e divulgados. Se a polarização é percebida no dia-a-dia dos telejornais e periódicos no offline, no meio online não encontramos um cenário diferente. As dissonâncias de ideias e opiniões são altas e, em grande medida, podem ser percebidas na produção de ironia, sátiras e memes. Cabe analisar o tom dos memes e se eles podem ser percebidos como estratégia de ativismo digital e processos discursivos elaboradores de enquadramentos.

Memes políticos, além de termômetros de opinião pública, são também portadores de mensagens a serem disseminadas. Políticos devem dar atenção aos memes ao seu respeito porque estas mídias tratam da imagem desses políticos na internet e é ao menos plausível acreditar que se busca a conservação de uma boa imagem perante a opinião pública.

Memes da Internet – mídias digitais oriundas da formação de uma cultura popular online (SHIFMAN, 2014) – devem ser percebidos pela sociedade como parte do trabalho significador (DIAS, 2017, p.99) de enquadramentos. Isto se dá porque os memes são prática discursiva e performance comunicativa. Através da comunicação, é possível desenvolver um processo interpretativo de construção de enquadramentos de *potencial* ação coletiva, já que apenas com a observação dos memes coletados não foi possível aferir que houve realmente o propósito de se chegar à ação coletiva e nem de organizar a sociedade civil formalmente, em movimentos favoráveis ou contrários à prisão de Lula.

Como defendido por Chagas e Toth (2016), o sentido contido nos memes pode expressar “eventuais flutuações da opinião pública a respeito de um dado tema” (p.213). Assim, ainda que o tema possa ser julgado como “conversa de boteco” ou “besteiro”, é inegável que o humor expresso nos memes pode mostrar tendências curiosas da opinião pública e da percepção da política por parte da população.

Ao considerarmos memes imagéticos e audiovisuais, eles deixam de ter a mídia como suporte, como transmissora, mas se tornam a mídia em si (DAVISON, 2012; KNOBEL E LANKSHEAR, 2007 apud CHAGAS E TOTH, 2016). Memes da internet são então mídia, se tornaram mídia. Estamos, portanto, diante de uma nova forma de se comunicar que não era possível há vinte anos. A dimensão do valor cultural e social dos memes, detentores de semânticas específicas, relacionadas ao contexto histórico e cultural da localidade espaço-tempo de seus autores e receptores – o nicho memético, como será explicado adiante, deve ser analisada atentamente. Entender um meme na internet pode fazer de alguém parte de um grupo restrito: o grupo iniciado naquele meme, capaz de usá-lo, replicá-lo, dar sentido a ele. Há até uma questão geracional que pode ser incluída na investigação sobre memes: o desenvolvimento de culturas políticas e cívicas da juventude nas esferas digitais (WELLS et al., 2015). Memes, por fim, não são unidades isoladas e devem ser analisados em contexto (SHIFMAN, 2014), levando-se em conta o público – aqui detentor de um grande poder de agência – que lerá uma mídia como meme.

O que buscamos reforçar aqui é justamente o poder dos memes como processos comunicativos que expressam símbolos e visões de mundo de um grupo social. Não obstante, os fenômenos meméticos devem ser também percebidos como estratégia de marketing de grupos políticos, de partidos a organizações da sociedade civil, para disseminar suas ideias de forma mais interessante, palatável e abrangente.

Objetivos

Este trabalho contribui para compreender melhor o processo contencioso do julgamento do Lula ao mesmo tempo que fomenta o emergente debate sobre o uso político dos memes da Internet. O objetivo geral é avaliar em que medida os memes podem ser entendidos como recursos de ativismo. É também meu objetivo analisar se ideologias e opiniões se manifestam nos memes e se sim, como se manifestam. Os memes expõem opiniões e justificativas ou são mera “zoeira” sobre algo trivial do debate político?

Parto da seguinte pergunta de pesquisa: De que forma os memes políticos e sobre a política têm sido usados como recursos de crítica social e ativismo? (SARMENTO e CHAGAS, 2017, p.3). Para Sarmento e Chagas (2017), com o uso do humor cínico nos memes – em particular o meme Bela, Recatada e do Lar, em resposta à matéria da Revista Veja com este título, foi possível que se desenvolvesse a “experiência de reconhecimento intersubjetivo e apropriação da ação coordenada, construindo laços entre os enquadramentos pessoais e ajudando a consolidar a narrativa do meme” (p.16). Tal concepção parece fazer sentido para memes políticos no geral, que seriam memes dotados de informação política e dialética, haja vista que a política é, por si só, capaz de gerar controvérsias.

É cabível questionarmos também o quão alto é o potencial de engajamento dos memes sobre política. Estaríamos diante de engajamento e debate políticos reais ou apenas do ato de “rir para não chorar”? Estas perguntas exploratórias dificilmente terão respostas fáceis mas indagá-las é útil para pensar que se os memes não levam a debates ricos, com argumentos factuais, é ao menos bem claro que eles são vazão para sentimentos dos cidadãos e esta máxima é uma das razões para esta pesquisa.

Os objetivos específicos da pesquisa são também testar categorizações de memes políticos, à luz de Shifman (2014) e Chagas et al. (2017). Sobremaneira, buscou-se inicialmente analisar os memes de discussão pública (SHIFMAN, 2014) sob os três

principais fatores de um meme, que são o conteúdo, a forma e a postura (ibidem.p.40). Entretanto, dadas as particularidades meramente técnicas do caráter *forma* – se o meme é composto por uma fotografia inalterada ou uma montagem de photoshop, por exemplo – optou-se, em um segundo momento, por não se aprofundar nos aspectos do formato destas mídias.

No caso de memes imagéticos, a forma costuma manter-se fiel à mídia original, que gerou o meme. A maior variação ocorre em termos de conteúdo. Ademais, o impacto político do fator *forma* é certamente menor do que o conteúdo e a postura – esta particularmente valiosa ao nosso escopo por prover a *afinação*, isto é, o tom usado no meme, podendo variar do sarcasmo a mais verídica comemoração e felicidade. Chagas e Toth (2016, p.216) concordam que classificar os memes fundamentando-se primordialmente nos seus formatos faz com que a intencionalidade seja ignorada.

O objetivo central desta pesquisa não é estudar a replicabilidade dos memes, ainda que a repercussão possa mostrar aspectos importantes como o capital social do criador ou difusor de um meme específico e a capilaridade do ator nas plataformas das mídias sociais. O foco será dado no meme que é propagado, e não em como ele é propagado. Para tanto, deve ser observada a retórica do meme e o seu enquadramento discursivo.

Ainda, este trabalho não tem como seu foco a organização da sociedade civil em torno de enquadramentos pró ou contra a prisão de Lula. Tampouco ele se emprega a investigar possíveis assimetrias entre internautas e membros de organizações de movimentos formais. Na realidade, com a metodologia adotada para a coleta de dados, não é sequer possível visualizar redes. A proposta é fazer uma radiografia dos memes coletados no contexto do julgamento do ex-presidente Lula, com a tentativa de perceber em que grau estes conteúdos de humor podem ser vistos como providos de argumentos políticos e portanto percebidos como práticas de ativismo digital.

O tema dos memes, de grande complexidade, é objeto de minuciosas análises na Comunicação Social e na Semiótica. Certamente, enquanto se escreve o trabalho em tela, a contribuição dos estudos de cibercultura desenvolvem acréscimos à literatura sobre memes. Mas percebe-se que a Ciência Política, na sua subárea de Comunicação Política, carece de trabalhos que se lancem a compreender o tipo de engajamento político proporcionado pelos memes. Busco contribuir um pouco para preencher esta lacuna.

Metodologia

Esta pesquisa propõe alcançar os objetivos propostos a partir de um estudo de caso: o do julgamento e posterior prisão do ex-presidente Lula. A pesquisa foca em dois períodos: de 24 e 25 de janeiro de 2018 e de 04 a 08 de abril de 2018. O primeiro período refere-se ao julgamento no Tribunal Regional Federal da 4ª região (TRF-4) em Porto Alegre, no qual Lula teve sua pena aumentada para 12 de anos e um mês de prisão. O segundo intervalo abrange o julgamento no Superior Tribunal Federal do pedido de *habeas corpus* a Lula após a condenação em 2ª instância, em 04 de abril; a ordem de prisão a Lula expedida em 05 de abril e, nos dias 06 e 07, a jornada em São Bernardo do Campo, com a recusa de Lula de se entregar no dia 06 de abril e a sua entrega à Polícia Federal no dia 07, quando é levado a Curitiba e é preso. O dia 08 de abril foi incluído com o objetivo de ver a repercussão do dia seguinte à prisão do ex-presidente.

Foi utilizada a ferramenta “busca avançada” daquela plataforma de mídia social para se pesquisar os termos por período e a coleta das imagens foi feita por meio da captura de tela. Optei por utilizar a captura de tela porque, na maioria das vezes, para entender o contexto do meme, era necessário contemplar tanto o tweet como a imagem que o acompanhava.

Na primeira coleta, dos dias 24 a 25 de janeiro, foram coletadas 521 imagens por meio das capturas de tela de imagens encontradas através da busca avançada na galeria do Twitter com as palavras Lula e as *hashtags* #cadêaprova, #molusconacadeia, #trf4, #eleiçãosemlulaéfraude, #lulamolusconacadeia. A coleta referente ao julgamento do *habeas corpus* no STF do dia 04 de abril foi feita no Twitter em 05 de abril de 2018. Utilizou-se a ferramenta de busca avançada do Twitter com os filtros das *hashtags* #LulaPreso, #LulaLivre, #LulaPresoAmanhã, #EleiçãoSemLulaÉFraude, #MoluscoNaCadeia e os nomes Lula e STF no intervalo de 04 a 05 de abril de 2018.

Em 09 de abril de 2018, após a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foi feita a busca dos dias 05 a 07 de abril apenas com o termo Lula, já que muitos memes poderiam não estar indexados com as referidas *hashtags*. Foi percebido que ao pesquisar somente por Lula, foi encontrada uma variedade maior de imagens e de memes, o que de antemão interessou mais. O critério analítico de exclusão implementado foi o de não coletar imagens de perfis de portais de notícias – por serem literais e documentais, não

meméticos - e evitar a coleta de imagens de mídias alternativas (como Mídia Ninja, por exemplo), ainda que em muitos casos, quando o conteúdo destas últimas mídias gerou dúvida sobre ser ou não memético, ele tenha sido incluído. Do período de 04 a 08 de abril, foram coletadas 1.262 imagens, por meio da captura de tela.

Assim, contando os dois períodos analisados, foram coletadas 1.783 imagens, dentre as quais haviam memes: mais precisamente, 1.273 memes que foram o corpo de análise deste trabalho. Somente com a análise de conteúdo e uma verificação da abordagem dada aos memes pela literatura (SHIFMAN, 2014; CHAGAS et.al.,2017), foi possível definir se a imagem seria ou não considerada um meme.

Assim, as dificuldades residiram sobretudo em definir um critério para selecionar o que seria meme e depois em classificar esses memes de acordo com enquadramentos observados no julgamento do Lula, quanto ao conteúdo e à postura. Para tanto, diante de um conceito tão polissêmico como meme, optou-se por seguir a classificação pautando-se sobretudo na postura (SHIFMAN,2014) aportada no candidato a meme. À priori, buscou-se detectar o uso do humor, com piadas situacionais, do sarcasmo, da ironia e da ofensa, no sentido de zombar e debochar do adversário político.

A partir da metodologia da Análise de Conteúdo, percebe-se não só a quantidade de postagens sobre um determinado tema, mas também a qualidade, o tipo e o tom do discurso. Assim, segundo Krippendorf (2012) apud Recuero (2014, p.296) a análise de conteúdos “é uma técnica de pesquisa para construir ‘inferências’ a partir de textos para seus contextos de uso.” De acordo com Freire (2017, p.12), “a metodologia da análise de conteúdo apresenta duas dimensões: uma descritiva, que visa dar conta do que foi narrado e uma interpretativa, decorrente das indagações do pesquisador frente ao seu objeto, com recurso a um sistema de conceitos teórico-analíticos, cuja articulação permite extrair regras de inferência.”

Bardin (2007) apud Recuero (2014, p.296) destaca a "produção de inferências como um dos elementos fundamentais da Análise de Conteúdo, salientando ainda a necessidade da “desocultação” como um dos principais desafios do método." Assim, a Análise de Conteúdos envolve descrição, inferências e interpretações (BARDIN apud RECUERO,2014, p.296). No caso dos memes no julgamento do Lula, foi necessário decodificar estes memes, de modo a entender a sua mensagem, e para tanto, foi necessário algumas vezes pesquisar para entender qual a referência contida ali, já que há memes

originários de vários grupos e subculturas da Internet, com diferentes signos referentes a nichos muito específicos da cultura pop. Para revelar o seu conteúdo de fato e interpretar possíveis enquadramentos políticos expressos nesses memes, foi preciso compreendê-los bem.

De modo a compreender os objetivos prementes deste trabalho, faz-se necessário entender o conceito de meme e como este se situa na cultura digital hodierna. Passamos, a seguir, para uma introdução sobre o conceito de meme e sua contextualização histórica.

Capítulo 1 - Memes e a construção de uma cultura digital

1.1 Memesfera

A ideia de meme é carregada de polissemia. O conceito não tem nítidos contornos e pode abranger de gifs utilizados como forma de reação em comentários do Facebook a bordões reproduzidos offline. Os autores dos estudos germinais sobre memes (DAWKINS, 1976; BLACKMORE, 1999) acreditam que estes sejam reprodução de comportamentos por meio da imitação. Mas não pode ser apenas isto. O que se vê nas plataformas de mídias digitais vai, muitas vezes, bem além da mimese: o meme da Internet é altamente passível de transformações e ressignificações, em um processo onde o direito de propriedade intelectual é praticamente ignorado (CHAGAS, 2015).

Hoje, não é difícil criar um meme na Internet. É possível fazê-lo em sites online, gratuitamente. A criação de memes depende muito mais da criatividade do indivíduo do que de recursos, sejam financeiros ou técnicos. Claro, deve ser considerada a dimensão da inclusão digital e de um conhecimento do funcionamento da internet e das mídias sociais mas, de modo geral, a concepção de um meme é acessível. Na realidade, o termo se tornou grande demais: a ideia de meme é, além de polissêmica, mutável. Certamente, não há um modelo único para os memes. Em linhas gerais, o seu desenho é aberto para modificações. De *print screens* de posts no Twitter e no Facebook aos vídeos do Youtube, passando por imagens de pinturas da arte clássica ressignificadas, meme pode significar muito.

É bastante recorrente, na literatura sobre o tema, a percepção de meme como sinônimo de humor online. Se, em um rápido questionário aplicado a jovens com acesso à Internet, fosse perguntado o que eles entendem por meme, é provável que muitas das respostas obtidas seriam as de que “memes são engraçados, são piada”. Como bem percebe Shifman (2014):

“No discurso vernacular de internautas, a tag ‘meme da internet’ é comumente aplicada para descrever a propagação de itens como piadas, rumores, vídeos e sites, de pessoa para pessoa via Internet.” (SHIFMAN, 2014, p.2. tradução livre)

De qualquer forma, é clara a noção de que os memes têm a ver com propagação, imitação e cópia. O sucesso dos memes estaria na aptidão de se conseguir fazer o *remix*, recriando conteúdos virais por meio de paródias, readaptações e derivações com diferentes conteúdos, mas mantendo algo da matéria prima.

Embora a ideia de meme possa ser vista por muitos como trivial, acessória e passageira, pesquisadoras como Shifman (2014) enxergam este fenômeno como algo grande e promissor:

“Os usuários da Internet estão descobrindo algo novo, e os pesquisadores devem segui-los. Os usuários parecem ter percebido que o conceito de meme encerra alguns dos aspectos mais fundamentais da cultura digital contemporânea. Como muitos aplicativos da Web 2.0, os memes se difundem de pessoa para pessoa, mas moldam e refletem as mentalidades sociais gerais. O termo descreve a reprodução cultural como impulsionada por vários meios de cópia e imitação - práticas que se tornaram essenciais na cultura digital contemporânea.” (SHIFMAN, 2014, p.4. tradução livre).

Mais do que distrações divertidas, os memes carregam em si complexidades semânticas e semióticas. Uma das principais características destas novas mídias é a intertextualidade. Os memes se relacionam entre si e se referenciam porque os seus criadores os conectam (SHIFMAN, 2014). Assim, a cultura memética é baseada fortemente na metalinguagem: memes falam de memes enquanto mais memes são criados e transformados. Para Limor Shifman (ibidem), é válido atribuir à nossa era a lógica hipermemética, na qual “quase todo grande evento público germina em uma safra de memes”(p.4).

Não se trata de tentar explicar tudo com os memes mas sim de usá-los como um prisma para entendermos certos aspectos da cultura contemporânea. Shifman propõe que olhemos para os memes a partir de uma perspectiva da comunicação (2014, p.6). Na era atual, as fronteiras entre interpessoal e de massa, profissional e amador, público e privado são muito tênues e os memes, como um produto da era digital, espelham bem essa lógica de reapropriação e remodelagem. É cabível olhar para os memes não como ideias isoladas ou fórmulas que se propagam bem mas como grupos de itens com conteúdos. A autora então postula que um meme da Internet é:

“um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e postura, que foram criados com consciência mútua e foram disseminados, imitados e/ou transformados na Internet por diversos usuários.” (SHIFMAN, 2014, p.41).

Como parte da cibercultura, os memes se consolidaram como novo meio de comunicação nas mídias sociais. As plataformas de mídias sociais são arena pública para a exposição de opiniões, experiências privadas e íntimas, sentimentos em relação a algo. Ao mesmo tempo, servem como vitrine para promoção de si, de seus produtos, captação de audiência e atenção. Posto isto, é necessário que os memes sejam analisados como

discursos públicos construídos socialmente, nos quais é possível perceber que estes memes representam diferentes vozes e perspectivas (MILNER, 2013).

Mas ainda que nós conheçamos o termo meme por causa de seu uso na Internet, a ideia de meme remonta à era pré-digital. O termo passou a ser popular após a obra “O Gene Egoísta”, de Richard Dawkins (1976). A palavra meme é derivada do grego “mimema”, que quer dizer “algo que é imitado”. Para comparar com o gene, isto é, a transmissão de informação genética entre gerações, Dawkins encurtou “mimema” e o transformou em meme (SHIFMAN, 2014, p.10). Numa perspectiva biológica, o meme seria “o novo replicador, um substantivo que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação.” (DAWKINS, 1976, p.112). Mas o entendimento seminal de Dawkins é muito abrangente:

“Exemplos de memes são melodias, idéias, "slogans", modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no "fundo" pulando de corpo para corpo através dos espermatozóides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no "fundo" de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação” (DAWKINS, 1976, p.112).

Ainda que inovadora e instigante, a definição de Dawkins é também incapaz de explicar os memes da Internet – reconhecendo, com a devida ressalva, que isto sequer era possível no ano de publicação da obra. Mas a noção de que os memes apenas se propagam de “cérebro para cérebro” não dá espaço para algo fundamental na cultura humana: a metamorfose. Assim, a ideia de transmissão cultural apresentada por Dawkins é válida mas deixa de considerar o poder de agência dos indivíduos em práticas culturais. Há casos já cristalizados de grande sucesso que dificilmente serão modificados, como músicas folclóricas e – ironicamente, porque Dawkins é ateu – a ideia de Deus, que o autor exemplifica como um dos memes mais antigos e duradouros, cuja sobrevivência decorreria de “sua grande atração psicológica.” (DAWKINS, 1976, p.113).

No digital, os memes são resultado da cultura popular midiática (novelas, filmes, séries, vídeo no Youtube). Ainda, funcionam na lógica da cultura de remix, envolvendo diversas interpretações e usos para um mesmo meme, em diferentes contextos. André Lemos (2005) entende que a remixagem, que é produto da cibercultura, consiste em um “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais” (LEMOS, 2005, p. 1). O autor percebe que

na era digital “[...] não há mais autor, original e obra, apenas processos abertos, coletivos e livres” [...] (LEMOS, 2005, p. 2).

A cibercultura é, portanto, uma cultura do remix. Ela reconfigura práticas e as ressignifica. Há com as redes sociais a possibilidade do indivíduo posicionar-se mais diretamente e criar sua própria versão das histórias, ao produzir conteúdos individualmente em um ambiente coletivo. É possível pensar em comunidades de memes, relacionados a um nicho específico. Assim, o meme-frase “Isso é tão Black Mirror” popularizou-se entre 2016 e 2017 em discursos online e offline, tendo como referência chave a série Black Mirror, que mostra mudanças tecnológicas em um futuro distópico. O meme-frase passou a ser usado, de brincadeira, para se referir a contextos onde as tecnologias pareciam avançadas demais para os internautas e portanto próximas da realidade da série de ficção.

Divergindo do conceito de Dawkins, situado em seu tempo, deve-se destacar que a representação das pessoas como agentes ativos é essencial para a compreensão dos memes na Internet, sobretudo quando o significado e a mensagem são drasticamente alterados na difusão do meme. Como vimos, o termo meme, ainda que tenha surgido há quatro décadas, torna-se forte e onipresente a partir da era digital. Isso se justifica pelo fato de que o funcionamento da internet é propício aos memes. A internet favorece a fecundidade, a longevidade e a fidelidade da cópia dos memes, características apresentadas por Dawkins em 1976 (SHIFMAN, 2014, p.17).

Gambarato e Komesu (2018), no mesmo sentido de Shifman (2014), reforçam que “os memes da Internet não são informação cultural isolada: ao contrário, eles são fenômenos sistemáticos e não devem ser pensados como sendo unidades simplificadas e fora de contexto” (GAMBARATO e KOMESU, 2018. p.2.livre tradução do autor). Assim, a percepção de memes como sistema explica que este sistema é formado pelas variáveis C (composição), que seria a informação cultural; E (ambiente), referindo-se ao contexto cultural em que a informação é inserida e S (estrutura), que diz respeito à interação relacional entre C e E (GAMBARATO e KOMESU, 2018, p.4). Tal visão apresenta-se sobretudo como uma crítica a Dawkins (1976), que no seu trabalho seminal definiu memes (ainda que pré-digitais) como “unidades” culturais que se espalham entre as pessoas.

A cultura desenvolvida na Web 2.0 é uma cultura que incentiva e propicia a participação das pessoas (SHIFMAN, 2014). Segundo Nicholas John (2012) apud Shifman (2014), a característica que constitui a Web 2.0 é o compartilhamento. O termo compartilhamento é um termo guarda-chuva para falar de postagem de fotos e vídeos, atualização do status no Facebook, postagem de tweets e de comentários em sites de compras. Compartilhar conteúdo passou a ser um comportamento incentivado entre as pessoas na era digital.

Nesse caso, a ideia de compartilhar não é sempre a mesma de dividir, de partilhar com o outro, em um ato de generosidade. Trata-se na verdade de um comportamento muitas vezes egoístico, ainda que feito pensando no público: busca-se a promoção, o reconhecimento e a atenção de uma rede de contatos ou até mesmo de uma audiência numerosa. Mas para além desse aspecto psicológico, mencionado de passagem, deve ser ressaltado que o pensamento do compartilhamento é uma característica cultural que tem implicações inclusive positivas e sustentáveis em termos econômicos, ao movimentar o mercado de economia compartilhada, com sites de vendas de itens usados, sebos e brechós online, aluguel de apartamentos compartilhados com o próprio morador, este último serviço podendo levar, por exemplo, a maiores interações e trocas sociais e culturais entre pessoas de diferentes cidades e até mesmo países. Neste sentido, deve-se adotar uma moderação na análise dos fenômenos digitais: a Internet não deve ser santificada mas tampouco demonizada, já que ela tem tanto impactos negativos como positivos nas vidas dos seus usuários e da sociedade em geral.

Para Shifman (2014, p.19), o compartilhamento na era digital converge os dois significados do termo na era pré-digital: compartilhar como sinônimo de distribuir e compartilhamento no sentido de comunicar aos demais. Quando alguém posta um meme no Twitter, esta mídia é distribuída para os seus seguidores mas, ao mesmo tempo, quem postou está possivelmente comunicando sua visão, opinião e sentimento sobre o conteúdo do meme.

Nos memes orais, fora da internet, os memes são passados para as pessoas e estas tratam de renová-los através da interpretação que fizeram e, portanto, estes memes estão sujeitos a mudanças de forma e conteúdo. Como exemplifica Shifman, “é quase impossível recontar uma piada usando as mesmas palavras com as quais ela foi originalmente contada” (2014, p.19-20). Ainda que na era digital não seja necessário

reformular os memes, já que é fácil copiá-los, compartilhá-los, reenviá-los por *link* aos amigos, as pessoas frequentemente criam suas próprias versões de um meme.

Na *web*, a recriação dos memes segue dois mecanismos: o mimetismo e a remixagem. O primeiro envolve refazer o meme original por meio de imitação de sua característica mais marcante, mas de um jeito diferente, em uma reedição. Nesse caso, a autora cita como exemplo vídeos no youtube, postados por usuários, que viraram fenômenos, tiveram grande visibilidade e levam as pessoas a buscarem recriá-los para fazer parte da novidade e da piada da moda (SHIFMAN, 2014). No caso da remixagem, ela necessita de habilidades técnicas mais sofisticadas de edição e manipulação de imagens, como saber usar o Photoshop ou adicionar uma nova trilha sonora a um vídeo. O remix envolve então a recombinação de características dos memes, com a inclusão de novas mídias e referências, e conta com total autonomia de seu criador.

Deve ser ressaltado também o aspecto da competição e seleção dos memes, tal qual na seleção natural discutida por Darwin (DAWKINS, 1976). Os memes estão sujeitos à eliminação caso não tenham características fortes para se perpetuarem em um meio onde a produção de conteúdo transborda. Por conseguinte, os indivíduos no digital tendem a selecionar o que eles difundirão em suas redes, em uma preocupação com a viabilidade e popularidade da propagação de um determinado meme.

Hoje, estaríamos vivendo em uma realidade hipermemética (SHIFMAN, 2014). A realidade hipermemética “se refere não apenas ao fato dos memes se espalharem mais ampla e rapidamente que nunca, mas também à sua evolução como um novo vernáculo que permeia diversas esferas na expressão digital e não-digital” (ibid., p.21). De fato, deve-se reconhecer que o fenômeno dos memes da Internet se auto-alimenta, tanto das novidades da própria *web*, como de eventos externos ao digital, a ponto de alguns memes quebrarem qualquer barreira entre internauta e a pessoa desconectada da rede. Um claro exemplo pode ser o uso de bordões que surgem em vídeos postados no Youtube, como “seria meu sonho?”¹ e “mon amour”, da dançarina e aspirante a participante do Big Brother Brasil Inês Brasil. Apesar de originário da internet, a expressão é repetida no *offline* como um bordão e busca provocar risos.

¹ Inês Brasil – Seria meu sonho ? <https://www.youtube.com/watch?v=DScEw-WjMaE>. Acessado em 18 de agosto de 2018.

O reverso também ocorre: comunidades na internet frequentemente abraçam bordões e referências que vêm originalmente do offline, seja de novelas, filmes, animações, séries de TV, *reality shows* ou até programas mais sérios, como telejornais. Foi o caso da jornalista Sandra Annenberg no Jornal Hoje, da Rede Globo. Durante a transmissão ao vivo da internação do ex-presidente Lula no Hospital Sírio Libanês, em outubro de 2011, a repórter Monalisa Perroni foi interrompida por algumas pessoas que vieram correndo até a câmera. Diante da interrupção, Evaristo Costa ficou visivelmente constrangido e Sandra exclamou um “Que é isso?! Que deselegante!” em tom de indignação (TERTO,2017). Os usuários do Twitter, atentos, não deixaram passar e já sacralizaram o novo bordão em meme.



Figura 1. Sandra Annenberg²

Nesse sentido, cabe mencionar o meme do “Como você é burro, cara”. Em uma entrevista na TV Cultura, em 1978, o cantor Caetano Veloso se irrita com o jornalista Geraldo Mayrink e o chama de burro. Segundo o Know Your Meme³, site especializado no monitoramento de memes, o vídeo de Caetano foi resgatado em 2012 por uma postagem de retrospectiva da TV Cultura e popularizou-se na internet, que desconhecia esse momento do cantor. As frases “Como você é burro, cara” e “Eu não consigo gravar muito bem o que você falou porque você fala de uma maneira burra” passaram a ser usadas com a imagem de Caetano na entrevista e serviram como forma de reações e possíveis debates *online*. O exemplo mostra o poder da internet de resgatar e dar uma nova roupagem a conteúdos *offline*, ainda que de 40 anos atrás.

² Fonte : <http://geradormemes.com/meme/7kwxt8>. Acessado em 18 de agosto de 2018.

³ Fonte : Know Your Meme : <https://knowyourmeme.com/memes/como-voce-e-burro-youre-so-stupid>. Acessado em 18 de agosto de 2018.



Figura 2- Caetano Veloso. Fonte: Know Your Meme

Ademais, a internet possibilita o compartilhamento de sentimentos, opiniões, visões de mundo e anseios. Isso ajuda a forjar e fortalecer identidades sociais de minorias políticas e pode dar a elas voz e organização política, como observa-se com os movimentos feministas, negro e LGBT. Na internet, no meio de tantos desconhecidos, é possível achar pares com mais facilidade, por meio de fóruns, grupos e páginas específicas nas plataformas de mídias sociais como o Facebook, o Reddit, o Twitter e o Tumblr. Os estranhos, os diferentes, os marginalizados, antes isolados, têm a possibilidade de achar pessoas que pensam como eles, escutam as mesmas bandas de rock, leem os mesmos livros, gostam das mesmas séries de TV e têm a mesma ideologia política. A internet permite que indivíduos se fortaleçam coletivamente.

Para os memes, o caminho não é diferente. Como bem pontuado por Shifman, “em uma época marcada pelo ‘individualismo de rede’, as pessoas usam os memes para expressar simultaneamente sua singularidade e conectividade.” (SHIFMAN, 2014, p.30). São formadas comunidades, nichos de memes, em torno de temáticas e referências específicas, que podem variar de animações japonesas a memes sobre o campeonato brasileiro de futebol, como melhor será detalhado adiante.

De acordo com Shifman (2014), a era hipermemética teria três lógicas de participação: a econômica, a social e a cultural. A econômica tem como pilar a economia da atenção, na qual o tempo, traduzido em atenção, vale muito. Os memes, os vídeos no youtube e as postagens nas mídias sociais buscam atrair a atenção dos demais usuários. O uso de atividades meméticas – portanto de memes que obtiveram atenção anteriormente ou então a tentativa de fazer um meme ter repercussão – como forma de captar atenção é percebida em campanhas políticas e/ou táticas de ativistas (SHIFMAN, 2014, p.33). Este

ponto é crucial para entendermos o uso dos memes para emissão de opinião política. Ainda de forma mais estratégica, cabe mencionar o uso que instituições públicas podem fazer dos memes. Como assevera Shifman, “as práticas de recriação de imagens e vídeos distorcem as linhas entre o público e o privado, profissional e amador, atividades comerciais e não comerciais.” (p.34).

A perspectiva social refere-se ao senso de pertencimento que é acionado com a participação na produção e transmissão de um meme. Os indivíduos, ao postarem selfies, ao usarem o Photoshop para editar uma imagem, ao alimentarem uma hashtag no Twitter, podem sentir-se únicos, digitalmente inteligentes e portanto atualizados e criativos (SHIFMAN, 2014, p.33). Nesse processo, é possível construir a individualidade ao passo que se participa de uma rede muito maior de pessoas conhecedoras de uma “piada interna”.

À luz da perspectiva cultural hipermemética, os memes não devem ser vistos como conteúdo apenas do meio digital. Sob este prisma, “como os memes servem como blocos de construção de culturas complexas, precisamos nos concentrar não apenas nos textos, mas também nas práticas culturais que os cercam” (SHIFMAN, 2014, p.34). Nos memes, as formas históricas de produção cultural entram em contato com as características provenientes da Web 2.0 (ibidem). É pertinente, de acordo com Burgess (2008) apud Shifman (2014. p. 34), perceber as novas mídias como ideias mediadoras, compostas por normas e expectativas sociais, praticadas nas plataformas digitais.

Em uma distinção que é de grande serventia para este trabalho, a autora separa três dimensões dos memes: conteúdo, forma e postura. O conteúdo envolve as ideias e ideologias veiculadas nos memes; a forma, as características físicas do meme, como aspectos audiovisuais e sensoriais e a postura diz a respeito de como a mensagem é transmitida, quais aspectos linguísticos são encontrados nos memes, qual é o discurso e a relação do criador do meme com sua obra. (SHIFMAN, 2014, p.40)

O emprego do termo “postura”(stance) tem o objetivo de demonstrar a forma com que o remetente da mensagem se posiciona em relação ao texto, “aos códigos linguísticos, aos destinatários e a outros possíveis interlocutores” (SHIFMAN, 2014, p.40). A autora divide a categoria postura em três diferentes subcategorias: estruturas de participação – que refere-se a quem tem o poder de participar e como, afinação (keying) – sobre o tom e o estilo de comunicação usados; e funções comunicativas. (p.40). Interessa-nos em

especial a questão da afinação: é na escolha do tom que o autor do meme pode expressar suas reais intenções por trás do texto.

Por fim, para esta monografia, apresento uma definição própria de meme da Internet como processo comunicativo da cultura popular de iniciativa online – ainda que a ideia para o meme possa vir de fora da internet, como de uma telenovela, por exemplo - na qual unidades de mídia muitas vezes intertextuais, como texto aliado à imagem, têm como característica o diálogo contextualizado com outros textos nas plataformas de mídias sociais. Frequentemente, mas não exclusivamente, o meme é humorístico e crítico. À priori, trata-se de cultura da zoeira mas não restringe-se só a ela, sendo possível que um meme tenha um caráter sério e não jocoso, como os exemplos sobre o julgamento do Lula nos mostrarão.

1.2 Plataforma: Por quê o Twitter?

As *affordances* – isto é, características funcionais - das plataformas de mídias sociais que levam à interação e troca entre os usuários, com participação por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos, ajudam a fomentar a cultura dos memes. São essas características que fazem com que os memes tenham impactos de massa, muitas vezes sem que a intenção original do autor fosse a viralização e a memetização.

O Twitter, enquanto plataforma de mídia social, propicia aos memes um local ideal para a sobrevivência destas mídias. Assim, as condições de fecundidade, longevidade, e sobretudo a fidelidade das cópias e o alcance (RECUERO, 2006) podem ser impulsionadas pelas características do funcionamento do Twitter. O mecanismo do retweet faz com que as mídias sejam disseminadas e se tornem meme caso venham a ser recebidas como meme pelos internautas. Ou melhor, o criador do meme, às vezes através de uma imagem que isolada não diz nada, pode ressignificar a imagem e a dotar de humor e adaptabilidade. Cabe ao público que a receber reagir a esta mídia de forma a torná-la ou não meme, enxergando ou não humor, sentido e também merecimento de sobrevivência desse meme (levando-se em conta os aspectos da longevidade e fecundidade do meme), passando-o ou não para frente. Pois, por exemplo, se apenas 4 pessoas verem sentido em replicar e disseminar um meme no decorrer de um mês, este não terá grandes chances de sobrevivência e adaptabilidade.

A possibilidade de se buscar por hashtags em tempo real, como no dia 04 de abril, data do julgamento do STF, facilitou a pesquisa e a coleta de dados. Ao se indexar imagens a determinadas hashtags, é possível filtrar a busca e encontrar um banco de dados online. Para os usuários do Twitter, é também mais fácil acompanhar debates e movimentos políticos por meio de uma hashtag. O tweet do usuário poderá ser apenas uma unidade dentro de um bloco que, apesar de nem sempre coerente, encontra-se aglutinado e portanto pode ser lido em um certo contexto, como um determinado enquadramento. O Twitter, que não tem uma curadoria do *feed* de notícias feita por algoritmos, como ocorre no Facebook, é um tipo de mídia social que funciona como “um jato de informações provenientes de qualquer um a quem o usuário dedique atenção.” (ZUCKERMAN, 2017, p.18).

Outro aspecto interessante do Twitter e que pode ter impacto sobre a disseminação de memes é o baixo número de caracteres por tweet (até novembro de 2017, 140, e atualmente, 280 caracteres⁴). Com a inviabilidade de escrever grandes textos, como o chamado “textão” do Facebook, o Twitter acaba sendo uma plataforma de forte apelo de mídias como imagens, gifs e os memes. É fácil postar, não exige tanta atenção e recurso das pessoas (ler um texto no Facebook pode demandar mais tempo), e pelo baixo número de caracteres, é frequente o uso de gírias, palavras abreviadas e também imagens. Em suma, para muitos, o lugar de conversar informalmente, de reclamar, de ser cínico e de brincar mais despojadamente é o Twitter. Ademais, é possível que os usuários preservem um maior anonimato. No Twitter, pode-se colocar qualquer imagem na foto de perfil; não é obrigatório usar o nome real; o que implica na possibilidade de se criar como uma *persona* virtual. Ainda que isto também possa ser feito no Facebook, este último tende a ser usado de forma mais séria, com a devida identificação dos usuários, já que as pessoas costumam ter diferentes *clusters* (RECUERO, 2017) em suas redes, variando de familiares para amigos pessoais e colegas de trabalho. Aliás, em tese é mais fácil localizar alguém que tenha uma conta do Facebook (o esperado é achar o nome pelo o qual a pessoa é chamada e a sua foto de perfil).

O mesmo não parece se verificar no Twitter, onde pelos referidos motivos é mais fácil se “esconder” atrás da fotografia de um cantor pop como imagem de perfil e não é necessário se identificar à agora pelo nome registrado em cartório. O efeito do anonimato

⁴ Em <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/twitter-aumenta-limite-para-280-caracteres.ghtml> Acesso em julho de 2018.

é muitas vezes imprevisível. Uma pessoa real pode usar a simples ausência de identificação do seu rosto como anonimato para espalhar mensagens de ódio, ofensas e negatividade online. O anonimato e os perfis *fake* podem ser as condições ideais para a atuação dos *trolls* (usuários que buscam desestabilizar discussões online com brincadeiras⁵) e da cultura de trollagem. Hoje os usuários podem ser inclusive robôs, que apenas postam de maneira automatizada as mensagens que aprenderam a postar.

Papacharissi e Oliveira (2012) apud Chagas e Sarmiento (2017, p.9), defendem que o indexamento a partir de uma hashtag “funciona como um noticiário ‘afetivo’, misturando emoção e opinião pessoal”. Bennett e Segerberg (2012) reconhecem esses públicos como “redes difusas, com “frouxa coordenação” e formadas por indivíduos movidos por seus interesses particulares e enquadramentos pessoais de ação.” (CHAGAS e SARMENTO, 2017, p.9). No caso analisado, as hashtags funcionaram como campanhas expositoras dos enquadramentos mobilizados em torno do julgamento do Lula. De modo geral, os indivíduos que agregaram hashtags como #MoluscoNaCadeia ou #EleiçãoSemLulaÉFraude a seus tweets intencionaram justamente se posicionar no debate e mostrar isso para os demais pares na ágora digital.

⁵ Em <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/06/o-que-sao-trolls-e-o-que-e-trollagem.html>
Acesso em agosto de 2018.

Capítulo 2 – Do impeachment de Dilma à prisão de Lula

2.1 “Fora Dilma, Fora Lula, Fora PT”

O impeachment de Dilma Rousseff foi o grande evento na política nacional que precedeu o julgamento e prisão do ex-presidente Lula. Ambos os episódios tiveram em comum o fato de terem sido, não somente mas também, frutos de fortes mobilizações contra o Partido dos Trabalhadores. Assim, para que se entenda as mobilizações pela prisão de Lula, devemos retomar o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff.

Dias (2017) mostra que a campanha pelo impeachment de Dilma Rousseff levou milhares de pessoas não só a protestarem nas ruas contra o governo do PT como também a travarem grandes discussões na esfera digital, no período de novembro de 2014 a agosto de 2016. Neste sentido, as organizações da sociedade civil concentraram seus esforços tanto em mobilizações offline como em digitais.

O impeachment de Dilma Rousseff dividiu o país entre “coxinhas”- apoiadores do impeachment - e “mortadelas” - defensores da continuidade da então presidente no cargo (SANTIAGO et al., 2017, p.3). A polarização pareceu se agravar com os significados atribuídos ao impeachment: para quem o apoiava, o processo foi legal e respeitou as instituições democráticas; para quem o repudiava, o processo foi na verdade um golpe parlamentar (ibidem). Os que defenderam a retirada de Rousseff do cargo justificavam o ato pelo crime de responsabilidade das chamadas “pedaladas fiscais” cometidas pela presidente no Plano Safra e os decretos que acarretaram em gastos sem a prévia autorização do Congresso Nacional (RAMALHO e OLIVEIRA, 2016). Em contraponto, os que rejeitaram o impeachment argumentavam que não existiam evidências claras de que Rousseff tenha cometido crimes de responsabilidade e que não havia, portanto, motivos para a perda de seu mandato (LUPION, 2016).

Para entendermos o crescimento do antipetismo no Brasil, faz-se necessária uma breve retrospectiva política.

O desgaste político de Dilma Rousseff remonta às “Jornadas de Junho de 2013”, período que contou com a presença de milhões de brasileiros em protestos de rua, em uma profusão de demandas que demonstravam descontentamento político com as instituições políticas no Brasil e também, em parte, com o governo de Dilma Rousseff (SANTIAGO et al., 2017). A atmosfera tensa foi também percebida na Internet. Em pronunciamento de

Dilma Rousseff em rede nacional em 21 de junho de 2013, o Twitter respondeu se dividindo entre apoiar ou censurar a então chefe do Executivo, respectivamente nas hashtags que viraram *trending topics* #tamojuntoDilma e #calabocaDilma (RECUERO, 2014a).

Dois anos antes do impeachment, as eleições de 2014 mostraram que o país estava polarizado e que caso o PT conseguisse seu quarto mandato no poder, teria grandes desafios pela frente. A petista Dilma Rousseff conseguiu ser reeleita em 26 de outubro de 2014, em segundo turno, com 51,64% dos votos válidos, uma diferença de três milhões de votos para o rival do PSDB, Aécio Neves, que teve 48,36% de apoio dos votantes⁶. A revolta dos que perderam as eleições veio rápido: menos de uma semana após o pleito, em 1 de novembro de 2014, o Movimento Brasil Livre (MBL) e Vem Pra Rua (VPR) foram para a Avenida Paulista, em São Paulo, protestar pelo “Fora PT” e saída de Dilma (TATAGIBA; TRINDADE; TEIXEIRA, 2015; URIBE; LIMA, LIMA, 2014 apud DIAS, 2017).

E foi dada a largada de protestos pró - impeachment: entre novembro de 2014 e agosto de 2016, milhões de brasileiros participaram de manifestações por todo o Brasil, até o afastamento definitivo da Presidente Dilma Rousseff do cargo de Presidente da República em 31 de agosto de 2016 (DIAS, 2017). Dias aponta que “A campanha pelo impeachment de Dilma Rousseff delineou-se em um contexto de alta instabilidade política e econômica, influenciado pelos escândalos de corrupção investigados pela Operação Lava Jato, que foi deflagrada pela Polícia Federal em março de 2014 (G1, 2017)” (2017, p.2).

As denúncias da Lava Jato atingiram a imagem do PT e do governo Dilma, que já sofria o desgaste do déficit das contas públicas (DIAS, 2017, p.38). A erosão do governo Rousseff foi também forte em 2015, com o desdobrar da Operação Lava Jato atingindo membros do Partido dos Trabalhadores e o pedido de impeachment contra Dilma tendo sido acatado (DIAS, 2017, p.42).

Para que a admissibilidade de um processo de impeachment seja aprovada, são necessários 2/3 dos votos dos deputados, ou seja, 342 votos. No dia 17 de abril, 367 deputados votaram contra Dilma Rousseff e pela autorização para que o Senado instaurasse o processo de impeachment. Em 12 de maio, o Senado aprovou em plenário,

⁶ Em <https://placar.eleicoes.uol.com.br/2014/2turno/>. Acessado em agosto de 2018.

por 61 votos, a abertura do processo de impeachment, e a então Presidente Dilma foi afastada do cargo temporariamente (DIAS, 2017).

No dia 10 de agosto, o plenário do Senado aprovou, por 59 votos, parecer que recomendou o julgamento do impeachment de Dilma Rousseff (GARCIA; CALGARO; PASSARINHO, 2016). O julgamento de Dilma Rousseff no Senado ocorreu no dia 31 de agosto e por 61 votos ela foi cassada. (DIAS, 2017, p.44). A partir deste dia, Michel Temer assumiu a Presidência do Brasil. (p.44).

Assim, das últimas eleições até o ano corrente, observou-se um fenômeno das massas em uma forte campanha anti - Partido dos Trabalhadores, primeiro pelo impeachment de Dilma Rousseff e depois pela prisão de Lula. Os mesmos indivíduos protestarem nos dois episódios? Não se sabe, mas fato é que movimentos como o Movimento Brasil Livre (MBL) e Vem pra Rua (VPR), que capitanearam as mobilizações antipetistas, seja pelo fora Dilma em 2015 e 2016 (DIAS, 2017) ou pela prisão de Lula em 2018, não fizeram grandes protestos no governo Temer, haja vista que o governo do atual presidente, do MDB, foi resultado direto da vitória do impeachment.

No caso do julgamento do Lula, tanto a campanha online como a offline foram fortes, e envolviam para muitos um senso “nacionalista” de cobrar a punição contra Lula e um dever cidadão de extirpar o Partido dos Trabalhadores da política nacional, que pôde ser percebido em frases como “a nossa bandeira jamais será vermelha”. Assim, houve um enquadramento muito claro antipetista, que uniu esses manifestantes, ao passo que do outro lado, havia o apoio a Lula e um questionamento severo da parcialidade do judiciário. Percebeu-se aí uma batalha política e estética.

A narrativa contada por quem defende Lula e acredita que ele foi condenado sem provas evidentes pode ser resumida na nota emitida pelo PCdoB – aliado histórico do Partido dos Trabalhadores - no dia 07 de abril de 2018, quando Lula foi preso.

A nota afirma que:

“Consumou-se mais uma etapa do golpe de agosto de 2016. O maior líder político do país, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, está arbitrária e injustamente preso. É um preso político. Está no cárcere por força de vereditos encomendados, previamente tramados. Nenhuma prova foi apresentada contra ele. As sentenças foram alicerçadas tão-somente em declarações de criminosos confessos que ganharam em troca benesses e privilégios da chamada lei de delação premiada. Que se diga a verdade. Lula está preso porque no país, com

uma das maiores desigualdades sociais do mundo, ele governou sobretudo para os pobres. Está encarcerado porque pôs o Brasil de pé. Com ele, o país passou a se relacionar de forma ativa com as grandes potências do sistema internacional. Lula está preso por ter lançado as bases de um ciclo de desenvolvimento soberano, democrático e de progresso social. Lula está preso porque, conforme atestam todos os institutos de pesquisa, é hoje o pré-candidato à Presidência da República com mais apoio popular. Sua prisão e sua exclusão da disputa presidencial se constituem uma espécie de exigência das forças reacionárias que promoveram a ruptura democrática. Que nenhum cidadão, nenhuma cidadã, nenhuma liderança ou partido político, sobretudo do campo progressista, deixem se enganar. A prisão de Lula não é um fato isolado, é parte de um plano cujos alvos são o Estado Democrático de Direito, a soberania do país, a democracia e os direitos sociais e trabalhistas [...]” (SANTOS, Luciana e D’ÁVILA, Manuela. Nota Oficial do Partido Comunista do Brasil – Pcdob, 2018⁷)

Levando em consideração que na nota acima julga-se que Lula é um preso político, condenado sem provas, ela demonstra de forma ampla o que dizem os enquadramentos elaborados a favor do ex-presidente. Ademais, o PCdoB é um aliado histórico do Partido dos Trabalhadores e apresenta justificativas para advogar que a prisão de Lula é a consumação do golpe de 2016. Estaria em jogo, também pelas forças reacionárias, o plano de obliterar o legado petista, os direitos sociais e trabalhistas e ainda, de eliminar Lula do páreo eleitoral de outubro de 2018.

Com forte apoio popular em mobilizações pelo Brasil, o Partido dos Trabalhadores e seus aliados sustentaram a narrativa de que o povo quer #LulaLivre. A popularidade de Lula no fim do seu segundo mandato, em 2010, era de 87%, segundo pesquisa CNI/IBOPE (BONIN,2010). Antes de começar seu governo, a sucessora de Lula, Dilma Rousseff, também era vista com otimismo popular, ainda que menor: 62% esperavam um governo bom ou ótimo (ibidem).

Esquemas de corrupção foram erodindo o apoio popular ao Partido dos Trabalhadores, mas a passos lentos. O Mensalão petista foi revelado pelo ex-deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ) em uma entrevista publicada no Jornal Folha de S. Paulo em junho de 2005. Tratava-se de um esquema de pagamento de propina a parlamentares da base aliada do primeiro governo Lula, em troca de apoio político (UOL, 2015). Em março de 2006, foi apresentada pela Procuradoria Geral da República (PGR)

⁷ Em <http://www.institutolula.org/nota-do-pcdob-sobre-prisao-do-ex-presidente-lula>. Acessado em agosto de 2018.

denúncia ao Supremo Tribunal Federal (STF) contra 40 suspeitos. O julgamento na instância máxima da Justiça brasileira ocorreu quase cinco anos depois, em 2012. Foram julgados 37 suspeitos e condenados 25 réus. Em um revés ao PT, nomes centrais da cúpula do partido foram condenados – o ex-ministro da Casa Civil no 1º governo Lula, José Dirceu, o ex-presidente do PT José Genoíno e o ex - tesoureiro do PT Delúbio Soares (DESIDÉRIO e SOUZA,2016).

No caso do Mensalão, o seu impacto não veio de imediato com a entrevista denunciadora de Roberto Jefferson em 2005. Dada a complexidade do caso, com 37 suspeitos julgados, o julgamento do Mensalão foi o maior já realizado no STF (UOL,2015). O ex-ministro da Casa Civil de Lula José Dirceu começou a cumprir pena em novembro de 2013 (OLIVEIRA,2016). Com a finalização da análise dos recursos apenas no ano de 2014, é possível acreditar que o julgamento de um esquema de corrupção ligado ao PT teve impacto na deterioração do apoio popular ao Partido dos Trabalhadores em ano eleitoral. Ainda que o primeiro mandato de Rousseff tenha sido aprovado por 59% da população (BBC Brasil, 2016), em 2014 ela enfrentou grandes dilemas políticos, como já citado.

Conforme o mencionado, os eventos que enfraqueceram o PT fortaleceram, por outro lado a polarização. Essa “guerra” ideológica pode ser entendida como um desdobramento de disputas políticas e sociais por espaços de poder entre diferentes grupos, de diferentes enquadramentos. Assim, partindo do reconhecimento de que há uma polarização na política brasileira (LATTMAN-WELTMAN, 2015, p.2), sobretudo a partir dos últimos dez anos, após o Mensalão, e que chega ao seu ápice nas eleições de 2014 com a disputa Dilma-Aécio, podemos conceber um acirramento nos embates políticos na sociedade. Esse embate é estético na medida em que é dada a polarização que tem dois principais polos, um mais a esquerda, que seria mais aliado ao Partido dos Trabalhadores e o outro mais à direita, mais identificado com a oposição ao governo do PT. Para se ter um exemplo do caráter “estético”, podemos usar o exemplo das manifestações pró e contra o impeachment da Dilma, nas quais as cores da bandeira nacional foram tomadas como símbolos e representação do primeiro grupo, ao passo que qualquer uso da cor vermelha, presente na bandeira do PT, era associado ao apoio ao partido e, subsequentemente, ao comunismo. Dentro desses eixos, são utilizados como forma de mobilização política um forte apelo emocional e uma afirmação de antagonismo.

Busco analisar se estas características estão presentes nos memes coletados, de páginas que ilustram opiniões políticas divergentes.

Como destaca Lattman-Weltman (2015), as redes sociais e o ciberespaço criaram possibilidades de maiores agrupamentos por afinidades e identificações entre amigos e dentre estas possibilidades, há espaço para disseminação de preconceitos e ódio, levando à radicalização de discursos.

A atual polarização ideológica nas redes tem ocorrido em consonância com o surgimento de uma nova direita no Brasil. Para Lattman-Weltman (2015), a direita teria sido enfraquecida e condenada ao ostracismo com o fim da ditadura militar. Na visão do autor, com a redemocratização, e a agenda de centro-esquerda suscitada na Constituinte de 88, tornou-se mais difícil para a direita levantar suas bandeiras e para alguém se declarar abertamente como “conservador”. Após 2013, isso tem mudado e percebe-se a formação de um discurso claro de afirmação de conservadorismo, em alguns casos inclusive de incitação à volta da ditadura. No momento atual, o que une a “direita” é a rejeição aos governos do PT, e ela se organizou nas plataformas de mídias sociais para defender, de maneira geral, a sua retomada ao poder, o que passava pela destituição do PT do governo. A direita se apresenta, não de forma tímida, mas incisiva, como alternativa de gestão e retomada de moralidade, ao defender fortemente a luta contra a corrupção dos governos petistas. Nas eleições municipais de 2016, a rejeição à política atual, desmoralizada, pôde ser percebido com a eleição de João Doria na cidade de São Paulo, que mobilizou um discurso antipolítico ao candidatar-se como empresário e gestor. O Brasil viu a direita ganhar as eleições municipais em grandes capitais, conseguir a deposição da Presidente eleita pelo Partido dos Trabalhadores e, agora, comemorar a prisão de Lula, a maior liderança de esquerda que o Brasil teve na sua história recente.

2.2 O Caso do Triplex

O processo sobre o triplex no Guarujá se desenrolou no âmbito da operação Lava Jato, mas as menções ao apartamento são anteriores a ela. A existência do imóvel atribuído ao então presidente Lula e sua mulher, Marisa Letícia, foi apresentada pela primeira vez em março de 2010, em reportagem do jornal O Globo (CUNHA, MENEZES e LIBÓRIO, 2018). Na ocasião, a matéria apontava que o então presidente da República e primeira-dama esperavam há cinco anos o recebimento do imóvel na fila de cooperados

da Bancoop (Cooperativa Habitacional dos Bancários de São Paulo). Foi confirmada pela assessoria de imprensa do presidente que este era o proprietário do apartamento, que foi inclusive declarado no imposto de renda de Lula de 2006 no nome de sua esposa. Em 2014, O Globo fez nova menção ao imóvel, revelando que ele já estava pronto e poderia ser então utilizado por Lula e Marisa Letícia. A Bancoop passava por uma crise financeira e o seu presidente à época, João Vaccari Neto, ex-tesoureiro do PT e condenado na Lava Jato como acusado de ter operado parte do esquema de corrupção na Petrobrás, decidiu contratar a OAS para concluir as obras da Bancoop (CUNHA, MENEZES e LIBÓRIO,2018).

Em agosto de 2015, uma matéria do jornal O Globo insinuou uma relação entre o doleiro Alberto Youssef e o empreendimento no Guarujá. A empresa GFD, usada por Youssef para lavagem de dinheiro, teria repassado aproximadamente R\$ 3,7 milhões para a construtora OAS durante a conclusão das obras no edifício onde fica o triplex (CUNHA, MENEZES e LIBÓRIO,2018). Em janeiro de 2016, o Ministério Público de São Paulo anunciou que teria indícios o bastante para denunciar Lula por lavagem de dinheiro no tocante à investigação sobre o triplex. No dia 4 de março de 2017, Lula foi levado coercitivamente pela Polícia Federal para depor no aeroporto de Congonhas, em São Paulo, no andamento da chamada Operação Aletheia, a 24ª fase da Lava Jato (ibidem).

A Presidente Dilma Rousseff nomeou Lula como ministro da Casa Civil em 16 de março de 2016. No início da noite, naquela mesma data, o juiz federal Sérgio Moro, responsável pelos processos da Lava Jato em primeira instância, retirou o sigilo de interceptações telefônicas de Lula. Dentre as conversas gravadas pela Polícia Federal, encontra-se um diálogo daquele dia entre Lula e a então presidente Dilma Rousseff. Na conversa grampeada, Dilma Rousseff diz a Lula que enviará o termo de posse para o cargo ministerial para que ele que assine em caso de necessidade. A defesa de Lula considerou a medida uma “arbitrariedade” e asseverou que :

“Um grampo envolvendo a presidência da república é um fato muito grave. Esse ato está estimulando uma convulsão social. Isso não é papel do Poder Judiciário.[...] Esse grampo envolvendo uma presidência da República ser divulgado hoje quando não existe competência da vara de Curitiba revela finalidade que não é a processual. Hoje a competência é do Supremo Tribunal Federal de julgar qualquer hipotética ação. O presidente Lula não é réu em nenhuma ação. Não existe ação penal contra o presidente Lula. Se houver hipotética ação penal será decidida pelo STF.” (ARAÚJO,2016).

No dia seguinte à “tempestade”, o ex-presidente chegou a tomar posse na Casa Civil, mas esta foi suspensa uma hora depois por uma decisão liminar de um juiz da 4ª Vara do Distrito Federal. Em 18 de março, o ministro do STF Gilmar Mendes suspendeu a nomeação de modo definitivo, por ter percebido intenções claras de obter a prerrogativa de foro privilegiado do cargo para impedir ordem de prisão preventiva em primeira instância. No mês de setembro, no dia 14, o Ministério Público apresentou denúncia contra Lula, Marisa Letícia e mais seis pessoas pelos crimes de corrupção e lavagem de dinheiro no caso do imóvel em Guarujá. Foi nesta ocasião que o procurador Deltan Dallagnol, chefe da força-tarefa da Operação Lava Jato, apresentou o polêmico PowerPoint que apontava Lula como o comandante de todos os esquemas de corrupção envolvendo a Petrobrás (CUNHA, MENEZES e LIBÓRIO,2018).

A primeira vez em que Lula e Sérgio Moro se defrontaram foi em 12 de maio de 2017, na sede da Justiça Federal em Curitiba. O ex-presidente prestou depoimento no processo da Operação Lava Jato relacionado ao apartamento triplex em Guarujá (SP). As acusações se fundamentaram também em reformas realizadas pela construtora OAS naquele triplex em 2014. Lula negou que o imóvel seja dele (G1 São Paulo e Curitiba, 2017).

Mas Moro não julgou críveis as palavras de Lula. Em 12 de julho de 2017, o juiz federal de primeira instância condenou Lula a nove anos e seis meses de prisão (G1 PR,2017) por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Ele foi considerado culpado de ter consentido e reformado o triplex - em ato de lavagem de dinheiro - com recursos advindos de propina dissimulada de R\$ 3,7 milhões da construtora OAS, como troca de favor após fraudes licitatórias com aquela empreiteira em obras da Petrobrás (ibidem).

O embate entre Moro e Lula se repetiu no dia 13 de setembro de 2017. Lula compareceu pela segunda vez à capital paranaense para depor a Moro sobre denúncia do Ministério Público Federal que acusava Lula de, por meio de desvios de até R\$ 75,4 milhões, ter adquirido tanto um terreno em São Paulo destinado a ser a sede do Instituto Lula como também um apartamento vizinho àquele em que ele vivia, em São Bernardo do Campo (SP). A acusação se deu no âmbito do processo que investiga oito contratos entre a empreiteira Odebrecht e a Petrobras (COSTA e LOPES,2017).

Neste ano, em 24 de janeiro de 2018, Lula foi condenado em 2ª instância no Tribunal Regional da 4ª Região em Porto Alegre, quando teve sua pena aumentada de

nove anos e seis meses para doze anos e um mês. Em um clima tenso, de opiniões divididas, o ex-presidente e sua equipe continuaram viajando pelo Brasil como sustentação da pré-candidatura de Lula. No Paraná, em 27 de março, a caravana de Lula foi alvo de ataques violentos por parte de manifestantes opostos ao petista: a polícia comprovou em perícia que disparos de arma de fogo atingiram um dos ônibus dos correligionários de Lula (WURMEISTER e BITTENCOURT, 2018).

Em 06 de março de 2018, o pedido de *habeas corpus* do Lula foi analisado e negado pelo Superior Tribunal de Justiça (SCHREIBER, 2018). A defesa de Lula alegou que a presunção da inocência garante o direito de responder ao processo em liberdade, enquanto couber recursos às cortes superiores. Ao negar o *habeas corpus* de forma unânime, a maioria dos ministros entendeu que não haveria "risco iminente" de prisão, já que o TRF-4 ainda não havia julgado os recursos do ex-presidente.

Em 22 de março de 2018, o plenário do STF concedeu a Lula uma liminar que impediu que uma ordem de prisão fosse implementada contra ele até o julgamento do *habeas corpus* em próxima plenária. Na ocasião, o *habeas corpus* começou a ser julgado mas os ministros alegaram compromissos e viagens naquela noite (STF, 2018)

No dia 04 de abril de 2018, foi julgado no STF o *habeas corpus* de Lula após condenação em 2ª instância. O desfecho, na madrugada de 05 de abril, foi de 06 votos contra o *habeas corpus* e 5 a favor, o que portanto implicou na permissão para a execução imediata da pena de Lula. No mesmo dia, por volta das 18h da tarde, Sérgio Moro decretou o mandado de prisão de Lula, que teria até às 17h do dia seguinte (sexta feira, 06 de abril) para comparecer voluntariamente à sede da Polícia Federal em Curitiba (G1 PR, 2018a).

Lula recusou-se a ir até Curitiba e, por 48 horas, manteve-se no Sindicato dos Metalúrgicos em São Bernardo do Campo. No sábado, dia 07 de abril, Lula se entregou à Polícia Federal e foi levado para Curitiba, onde cumpre pena desde então (G1 PR, 2018 b).

Tendo feito uma contextualização do julgamento de Lula e do antipetismo, voltemos agora para a parte que explora os memes como comunicação política, de modo a entender como estes foram utilizados para expor enquadramentos a favor do julgamento e prisão do ex-presidente da República; contrários ao processo jurídico perpetrado contra Lula e indefinidos em relação ao julgamento.

Capítulo 3 - Memeativismo

3.1 Participação memética

A dinâmica das relações sociais na Internet é tema de grandes debates. Alguns autores (WELLS et al, 2015; SHIFMAN, 2014; BARRETO, 2015) discutem, por exemplo, se elas podem ser percebidas como uma reprodução das interações sociais offline e que grau de inovação trazem para as trocas dialógicas sociais. Diante disso, é de grande relevância buscar entender o que a internet e as mídias sociais trouxeram de mudanças na vida social e política das pessoas. Dentre essas novidades, encontram-se os memes da Internet. Os memes, quando têm como componente central a imagem, e isso é habitual, têm forte apelo visual e podem ser facilmente compreendidos e assimilados pelos internautas familiarizados com os signos daquele meme e com a linguagem do ciberespaço. Com a era digital, eles são rapidamente reproduzidos e espalhados nas plataformas de mídias sociais.

O meme é um produto cultural, que “depende de um repertório cultural extraído das relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas, econômicas, e de aspectos conjunturais específicos” (CHAGAS et al, 2017, p.179). O entendimento de um meme não pode ser separado das experiências sociais de seu criador. Do mesmo modo, sua leitura e compreensão só são possíveis dentro de um contexto familiar ao seu leitor, de maneira que o efeito humorístico possa assim ser captado.

Frente às tendências cada vez maiores de utilização da internet como arena política, por meio de discussões online (LATTMAN-WELTMAN, 2015) ou formação de identidades coletivas (BARRETO, 2015), os memes tornam-se instrumentos de comunicação e cultura política. Cabe analisar neste trabalho como estas mídias formam a opinião dos cidadãos, se têm fins de catarse ou de protesto e se suscitam projetos políticos, por meio de um ativismo construído a nível *bottom-up*, isto é, partindo de parte da população, do cidadão, e sendo direcionado às instâncias superiores de poder. (SHIFMAN, 2014).

Nesta lógica, as práticas de ativismo digital (*digital activist practices – DAPs*) podem ser entendidas como “ações proativas que buscam atingir impactos políticos em um contexto específico através do uso de ferramentas digitais” (VON BÜLOW et al., 2018, p.2). Os autores mostram que, pelo menos no caso do movimento estudantil chileno, o emprego de práticas digitais teve importância chave para a mobilização dos

estudantes. Contudo, ainda que o movimento tenha uma agenda em comum, é perceptível que as práticas de ativismo digital variam dentro do próprio movimento, conforme a perspectiva política e as estratégias dos atores, em momentos específicos (VON BÜLOW et al., 2018). Assim, deve ser levado em conta o poder de agência dos atores individuais dentro da organização da ação coletiva.

As práticas online de ativismo são muitas vezes vistas como *slacktivism*, um ativismo preguiçoso, onde apenas se curte e compartilha para se sentir bem a respeito de alguma causa (MOROZOV, 2009; CHRISTENSEN, 2011). Morozov (2009), em duras palavras, considera que o impacto social e político desse tipo de ativismo, que poderíamos chamar de ativismo de sofá, é nulo. Seria a sensação de ativismo que se tem no digital, ao se compartilhar, por exemplo, links para petições, mesmo que intimamente se saiba se o impacto real seja baixo.

Há ainda o receio de que o ativismo de sofá gere uma desmobilização, ao afastar os participantes políticos das formas que já são consideradas clássicas – e efetivas – de repertórios de ativismo (PUTNAM, 2000 apud CHRISTENSEN, 2011). Para Putnam, os cidadãos, também por efeito desmobilizador da televisão e da internet, estariam se tornando cada vez menos integrados socialmente e mais solitários e, como consequência, estariam deixando de participar das questões da política. Na contramão de Putnam, acredita-se que não houve um declínio na participação mas sim uma diversificação de como os cidadãos participam politicamente (DALTON, 2006 apud CHRISTENSEN, 2011).

Neste sentido, Micheletti e McFarland (2011 apud CHRISTENSEN, 2011) defendem que o voto e as formas tradicionais de participação não são as únicas pelas quais os cidadãos se envolvem com a política: um conjunto de formas criativas de participação surgiram transgredindo a clássica dicotomia entre o público e o privado. De votações a petições online, passando por comentários em perfis de políticos em plataformas de mídias sociais, dos memes políticos ao hackeamento de páginas do governo, o ativismo digital é amplo e está em constante mudança.

Mas em relação à criação e compartilhamento de memes políticos, objeto de investigação desta pesquisa, eles se enquadrariam no rol de práticas do ativismo de sofá? Para Christensen, não. Apesar de reconhecer que a sátira é uma ferramenta política válida, o ativismo de sofá não deve ser confundido com atos que tenham como único propósito

o entretenimento (CHRISTENSEN, 2011). As sátiras, diferentemente do *slacktivism*, não teriam o desejo de afetar metas políticas. Tal posicionamento será mais discutido posteriormente.

Ao questionar se o ativismo na internet como um todo deve ser reduzido a mero “ativismo de sofá”, é preciso que se considere central a característica da internet de ser um fórum aberto de discussões e debates quanto às preferências políticas de grupos e indivíduos. Christensen (2011) argumenta que ainda que a efetividade da ação política online seja limitada, ela revigora os indivíduos, muitas vezes já descrentes na política tradicional. Ao contrário de Morozov (2009), para quem o ativismo de sofá incorre no risco de enfraquecimento de práticas presenciais, portanto offline, já consagradas dos movimentos sociais, Christensen busca vencer esta dicotomia online-offline. Na visão do autor, as práticas do *slacktivism* podem levar a um aumento do número de potenciais ativistas, semear um maior envolvimento em questões políticas e educar e conscientizar os cidadãos a respeito de uma causa.

Para entender ativismo no meio digital, é de grande utilidade pensar no conceito de ação conectiva. A “lógica da ação conectiva” é explicada por W. Lance Bennett e Alexandra Segerberg (2012). Para os autores, a diferença entre a ação coletiva tradicional e a ação conectiva reside no uso das DNAs (*digitally networked action*), que no segundo tipo de ação é muito mais difundida. As tecnologias da comunicação, sobretudo as plataformas de mídias sociais, devem ser reconhecidas como um meio de organização para encontros coletivos presenciais posteriores, como ocorreu na Primavera Árabe (HOWARD; HUSSAIN, 2011 *apud* BENNETT; SEGERBERG, 2012, p.744). As ações digitalmente encadeadas (*digitally networked action*, em tradução livre) têm como diferencial a maior pluralidade e autonomia dos indivíduos, mesmo que estes estejam em grandes números. É ressaltada, na literatura sobre ação conectiva, a existência de novas ofertas de ferramentas digitais típicas da Web 2.0. Com elas, é possível compartilhar conteúdos por meio das plataformas de mídias sociais e aumentar a personalização dada pelos usuários ao processo comunicativo em conexões digitais. Assim, é como se pessoas de diferentes *backgrounds* estivessem unidas em torno de uma causa mas dessem o seu tratamento pessoal no processo comunicativo, através de um texto autoral, carregado de opiniões individuais, que acompanhe o compartilhamento de um link no Facebook, por exemplo (BENNETT e SEGERBERG, 2012, p.744).

Bennett e Sergerberg (2012) argumentam então que, para compreender o uso das práticas ativistas digitais, é necessário considerar o forte poder de agência que o meio digital dá ao indivíduo. Com conexão à internet, o ator político pode escrever suas próprias postagens, criar seus próprios vídeos e divulgá-los, postar suas selfies e produzir memes.

Esta é a era de maior facilidade para se criar e sobretudo disseminar conteúdos online, já que as tecnologias da informação e da comunicação nunca foram tão acessíveis e dinâmicas como hoje e nunca tantos dados pessoais foram produzidos. Estima-se que mais de 4 bilhões de pessoas estejam conectadas à rede mundial de computadores e dessas, cerca de 3.2 bilhões são usuárias ativas das mídias sociais, segundo relatórios do We Are Social e do Hootsuite (KEMP,2018). Não obstante, não se deve ignorar que há ainda 47% da população mundial que não usa a internet. Aliás, a penetração da internet varia drasticamente entre algumas regiões: enquanto 94% da Europa setentrional está conectada, apenas 12% da população da África central têm acesso à rede. Vale ainda mencionar a importância dos smartphones para o acesso às mídias sociais: dos quase 3.12 bilhões de usuários ativos das mídias sociais, 2.96 bilhões deles acessam essas plataformas por meio de seus telefones móveis.

Com o acesso à internet facilitado a alguns cliques em um aparelho portátil, os internautas têm uma miríade de possibilidades a seu dispor. Trata-se de um ambiente digital de diversidade e de excesso de opções para informação, entretenimento e consumo. Neste contexto, são favorecidas variadas ações individuais, que ainda que tenham um forte eco social, por serem parte de um fenômeno mais amplo de maior exposição do “eu” nas mídias sociais (SIBILIA,2018), demonstram que os indivíduos se tornaram detentores de um enorme poder de fala, ao menos no ambiente online. Ainda, deve ser mencionada a formação das mais diversas audiências e *fandoms*: se antes alguns se sentiam sozinhos com seus gostos e interesses particulares, hoje eles podem encontrar e interagir com quem pense como eles, o que pode levar também à formação de bolhas de pessoas que se identificam entre si.

O Brasil é o 3º país do mundo onde mais se passa tempo online, atrás apenas da Tailândia e das Filipinas. Os brasileiros passam em média 9 horas e 14 minutos do dia online, segundo dados de survey realizado pelo Global Web Index, com internautas entre 16 e 64 anos (KEMP,2018). Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE - (2018) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

(PNAD Contínua) com foco em TICs de 2016, o Brasil tem 116 milhões de usuários da internet, o que soma 64,7% da população do país. Seguindo a tendência mundial (KEMP,2018), 94,6% dos brasileiros acessam a internet pelo telefone móvel celular (IBGE,2018). Ainda, quando perguntado qual era a finalidade de acesso à internet, 94,2% dos entrevistados disseram que estão conectados para “enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos diferentes de *e-mail*” (IBGE,2018). Os dados mostram o impacto dos smartphones para que as pessoas tenham contato com a internet e levam também à confirmação de que estar conectado à internet é, hoje, em grande medida, ser ativo nas mídias sociais.

A Web 2.0 traz muito mais interatividade que a Web 1.0, esta marcada por websites estáticos, com pouca possibilidade de interação entre as páginas e os usuários. Na Web 2.0, que inclui as mídias sociais, são ofertados aos usuários recursos de geração de conteúdo que antes não eram comuns (DIAS, 2017, p.28).

Mas é possível considerar que há um ativismo feito à base dos memes, ou um “memeativismo”? Este trabalho argumenta que sim.

É o que indica o caso do presidente russo Vladimir Putin. A imagem memética que o mostra maquiado como uma *drag queen*, com um fundo que contém as cores do arco íris, símbolo da bandeira LGBTQ+, foi condenada à ilegalidade (MARTÍNEZ,2017) (ver Figura 3). O Ministério da Justiça russo proibiu a arte após ela ter sido usada por militantes do movimento LGBTQ+, em frente à Câmara dos Deputados russa. O cartaz foi censurado pelo governo russo por sugerir “que o presidente tenha uma orientação sexual fora do padrão”. Em 2013, a Rússia aprovou uma lei que proíbe qualquer propaganda homossexual ou que mostre esta orientação sexual como aceitável.

Ainda que na Rússia a imagem seja censurada, o restante do mundo se solidarizou com a causa dos LGBTQs russos e, como protesto, compartilhou o meme de Putin maquiado. Neste caso específico, vemos que o meme, bem humorado, é crítico à realidade lgbtfóbica russa e em um contexto de democracia limitada, foi irreverente o suficiente para ser alvo do veto do conservadorismo de Putin. Ao ser veiculado ao redor do mundo, os indivíduos que o propagaram insistiram na disseminação do meme como forma de contestação e deboche do dirigente russo em uma prática de um memeativismo de tons *queer*.



Figura 3 - Vladimir Putin. Fonte: El País⁸

3.2 Produto Interno Bruto: Memes Brasileiros

No Brasil, o impacto político dos memes – ou o impacto dos memes nos políticos – é também sentido. Conforme mostram Chagas et al. (2017, p.181): “Os exemplos não são poucos: de imagens com o então candidato à presidência da República em 2010, José Serra, até páginas de perfis fictícios, como “Dilma Bolada”. Mesmo a adoção do sobrenome “Freixo”, como demonstração de apoio ao político nas últimas eleições municipais do Rio, ou a disseminação de correntes de e-mails como as que alardeavam os riscos de se eleger a então candidata Dilma Rousseff, uma “ex-terrorista”, ao Palácio do Planalto. Ainda, a campanha #forasarney no Twitter em 2009, ou a expressão “coxinha”, que se vulgarizou como alcunha para manifestantes conservadores. Os memes têm influenciado a cena política do país há mais tempo do que se imagina.”

A rejeição ao presidente Michel Temer, corroborada pelas pesquisas de opinião, é também percebida nos discursos online e nos memes criados para ridicularizá-lo. Segundo pesquisa da CNI/Ibope divulgada em 28 de junho de 2018, a seis meses para o término de seu mandato, a atuação do Presidente Temer é avaliada como ruim ou péssima por 79% dos brasileiros (FERNANDES, 2018). Em 2017, a popularidade do presidente também estava baixa: em abril, segundo pesquisa do Instituto Datafolha, 61% julgaram Temer ruim ou péssimo; em junho, a rejeição progrediu para 69% e em outubro, 73% o reprovaram (G1 BRASÍLIA, 2017). Em maio de 2017, o Presidente Temer enfrentou uma das maiores crises de seu governo.

O áudio gravado entre Michel Temer e o empresário Joesley Batista, dono da gigante dos frigoríficos JBS, foi enviado para o Supremo Tribunal Federal pelo próprio

⁸ Em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/07/internacional/1491565697_732808.html . Acessado em julho de 2018.

Joesley, como parte da delação premiada do empresário (ALESSI e BORGES, 2017). No áudio, uma das falas mais emblemáticas de Temer é a que aponta para obstrução de justiça através da suposta compra de silêncio do ex-deputado federal Eduardo Cunha, preso em Curitiba. “Tem que manter isso aí, viu”.

Diante de tamanho escândalo, em um governo que já vinha sendo contestado fortemente pelos setores da sociedade civil que não apoiaram o impeachment, os internautas não perdoaram Temer.

“A Internet foi reagindo em tempo real a cada sobressalto com uma piada atrás da outra, cada qual mais inspirada, até o ponto em que é provável que o dia de ontem se transforme em um dos mais importantes na história dos memes no Brasil. Foi uma terapia coletiva que demonstrou que se os memes fossem uma instituição, com certeza e ao contrário de outras, estaria funcionando perfeitamente.” (MARTÍN, 2017)

O Presidente Temer não reagiu bem ao tom jocoso da internet. O criador da página de memes Capinaremos e outros administradores de páginas de humor receberam um email do Departamento de Produção e Divulgação de Imagens (Deima) do Palácio do Planalto que notificou que as imagens disponibilizadas se destinavam somente aos fins jornalísticos e que, para qualquer outro uso, a Secretaria de Imprensa da Presidência da República deveria ser previamente consultada (AVENDAÑO, 2017). Se o governo achou que fosse intimidar a produção de memes, ele recebeu como resposta uma enxurrada memética. Memes que ironizavam a tentativa do governo de impedir memes. Em um exemplo claro de dinamicidade das redes, o meme abaixo (Figura 4) foi criado usando a referência do célebre pronunciamento de Temer do “Não renunciarei. Repito: não renunciarei”.



Figura 4 - Temer: Repito, não gostei! Fonte : Capina Meme Factory⁹

Oposição ao governo, o Partido dos Trabalhadores não perdeu a chance de criticar Temer e buscar uma aproximação com os internautas entusiastas dos memes. Para se opor a Temer, numa tentativa de demonstrar que o humor e as percepções de política da população devem ser levadas em conta, sobretudo no meio digital, que como já visto, amplifica discursos, o próprio PT disponibilizou em seu *site* endereços eletrônicos para a coleção de imagens que eles têm do ex-vice-presidente¹⁰. Tudo liberado para a criação de memes contra aquele que, de “vice-decorativo”, como expresso na carta a Dilma Rousseff assinada por Temer, assumiu o cargo da Presidente eleita antes que esta terminasse seu mandato.

Uma das maiores polêmicas envolvendo o nome de Temer surgiu antes mesmo dele começar o mandato. No dia seguinte à votação do processo de impeachment de Presidente Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados, a revista *Veja* publicou, em sua edição extraordinária do impeachment, um texto que traçava o perfil da então futura primeira dama, Marcela Temer. A coluna de Juliana Linhares (2016) atribui a Marcela Temer as características “bela, recatada e do lar” como o modelo de primeira dama a ser seguido.

⁹ Em <https://www.facebook.com/CapinaMemeFactory/photos/a.1249597295139688.1073741828.1249564845142933/1284191585013592/?type=3>. Acesso em julho de 2018.

¹⁰ Em <http://www.pt.org.br/temer-veta-fotos-para-memes-use-as-do-flickr-do-pt/>. Acesso em julho de 2018.

As críticas vieram, e não foram poucas. O movimento feminista reagiu e prontamente lançou uma campanha “Bela Recatada e do Lar” para ironizar e reagir, apresentando versões outras que não o trinômio da Veja. Para Sarmento e Chagas (2017), a resposta das mulheres, por meio de fotos delas mesmas reagindo a matéria da revista e usando a hashtag #belarecatadaedolar, é uma brincadeira política, que, apesar de fazer sentido apenas com o conjunto de narrativas, é feita através das vivências individuais de cada mulher. Como realçam os autores, “diferentemente do que ocorre na maior parte dos memes que Shifman (2014) classifica como de discussão pública, o humor, nesses casos, não é um elemento imprescindível” (SARMENTO e CHAGAS, 2017, p.8).

Ainda que haja espaço para a brincadeira, a ironia e a sátira, muitas vezes cínicas, os memes de ação popular tendem a ter um tom mais sério. O exemplo da mobilização das mulheres na campanha satírica #belarecatadaedolar demonstram um caso bem sucedido de ação coletiva digital e de forma mais específica, memeativismo. Neste sentido, encontramos campanhas online do movimento negro que buscam uma discussão séria da questão do racismo como #BlackLivesMatter (CARNEY, 2016 apud SARMENTO e CHAGAS, 2017, p.9). e #BlackOutDay (ADEWUNMI, 2015)

Os memes políticos devem ser percebidos como opinião pública e produção dos internautas sobre conjunturas políticas (CHAGAS et al, 2017). Nesse sentido, é necessário considerar a dimensão da cultura política como importante aspecto da vida social. Posto isto, vale ressaltar que a cultura política não encontra-se somente nos espaços institucionais e nos procedimentos clássicos de participação, sobretudo a que se restringe às eleições. Para Tay (2012 apud CHAGAS et al, 2017), “a comicidade é veículo para que a política seja explorada, incorporando elementos da cultura popular e do entretenimento midiático e atuando para incluir o cidadão comum em processos que requeiram participação”.

Limor Shifman percebe três funções dos memes políticos na Internet: memes como persuasão e argumentação (*advocacy*) política, memes como ação popular (*grassroots action*) e memes de discussão pública (*as modes of expression and public discussion*) (SHIFMAN, 2014, p.123). A capacidade persuasiva dos memes é usada frequentemente em eleições, dados os padrões de influência e difusão de campanhas políticas. Assim, os memes persuasivos – peças criadas para apresentar dados reais e convencer outrem – são sobretudo panfletos políticos feitos e espalhados para persuadir o público sobre a escolha de um candidato. (CHAGAS et.al., 2017). Os memes de ação

popular baseiam-se na noção de ação conectiva de Bennett e Segerberg (2012). A ação conectiva, como já dito, vale-se da ligação entre o pessoal e o político como forma de robustecer a ação coordenada entre os cidadãos. Assim, os memes de ação insurgente, do povo, mobilizam as pessoas em torno de uma bandeira em comum, numa ideia próxima a de militância. Por fim, os memes de discussão pública são os que representam uma determinada reação ao mundo político. São estes que geralmente trazem o elemento da piada, da charge política.

Nas palavras dos autores, “os memes políticos e sobre a política funcionam, nesse sentido, como materializações das trocas informais no ambiente das redes sociais online. Por meio deles, é possível captar as variações de humor da opinião pública ante ao desempenho dos atores políticos em cena.” (CHAGAS et.al.,2017, p. 192). Assim, ainda que não haja escolas de formação de memes, diferentemente das escolas de formação digital para ativistas criadas pela liderança da Federação dos Estudantes da Universidade do Chile (FECh), conforme o trabalho de von Bülow et al (2018), percebe-se o crescimento da importância dos memes para a comunicação política, principalmente em decorrência do apelo visual e viral da linguagem dos memes.

É necessário levar em conta a questão da audiência, e daí entram aspectos como idade, gênero, *background* cultural. Acredito que faz muito sentido pensar em nichos específicos de memes, que funcionam e agem como comunidades em torno de memes que tem uma matriz específica. Assim, há memes que só um grupo restrito conseguirá entender. Quem não assiste ou conhece bem o anime Naruto não conseguirá ler a mídia como meme por ter falta de referências e entendimento para tanto. É por isso que um meme deve ser entendido em seu contexto específico, através de recortes geográficos, culturais, temporais e socioeconômicos, como será melhor exemplificado adiante.

Neste caminho, faz sentido pensar em formação de identidades coletivas em torno dos memes compartilhados pelos membros de um grupo social, qual seja. Os memes do movimento LGBT, ainda que não de forma claramente proposital, fortalecem uma identidade comum à sigla – ainda que esta seja formada por diversas letras e portanto, minorias dentro de uma minoria. O ponto é que a ideia de “piada interna” típica do fenômeno da cultura dos memes pode levar a um senso maior de pertencimento e coesão de um grupo – ao menos, os códigos daquele grupo se fortalecerão, quanto maior for a disseminação desses memes. Numa concepção mais profunda, até psicanalítica, os

memes e o humor, no geral, dizem muito sobre as percepções subjetivas dos indivíduos em seus contextos sociais.

Shifman (2014, p.120) advoga que os memes podem ser vistos como uma forma de participação política. A pesquisadora aponta que ainda que a ciência política tradicional tenha concentrado seus esforços em práticas de participação mais facilmente mensuráveis, como eleições e a entrada em organizações políticas, a percepção do que é participação política se ampliou e incluiu práticas mais cotidianas, como comentar em sites de notícias e blogs sobre política, compartilhar comentários de cunho político e postar piadas sobre políticos. Tal mudança de percepção não pode ser desatrelada do aumento de acesso à Internet e às mídias digitais.

A ação coletiva tradicional ainda ocorre e continuará insubstituível. Contudo, a internet trouxe possibilidades novas de engajamento. A ação conectiva se dá pela maior autonomia do indivíduo na rede – ele consegue dar sua própria versão ao compartilhar uma notícia ou o chamado para um protesto nas ruas. Assim, paradoxalmente, milhões de pessoas agem individualmente, com grande poder de agência, mas conectadas e coordenadas em redes. Desta maneira, diferentes atores políticos organizam-se online, espalham a palavra em suas redes de amigos, personalizam seu ativismo mas, em um dado momento, alguns partem para a ação coletiva presencial, no offline, e ainda mantêm-se em diálogo na internet: serão gravados vídeos, fotografias serão tiradas, haverá transmissão ao vivo dos protestos e comentários serão postados assim que o protesto terminar. Neste sentido, memes políticos servem bem ao propósito de satisfazer o desejo de expressão de individualidade do indivíduo ao mesmo tempo em que fomentam o enquadramento do qual são parte.

Ademais, as motivações para a postagem de um meme político parecem ter alguns aspectos em comum com os motivos para a participação na ação coletiva em protestos de rua, por exemplo. É possível perceber, tanto nos indivíduos que postam e recriam memes na Internet como nos que se expõem em público em protestos de rua, um desejo de fazer parte de algo maior; de ser bem visto pelos seus pares e de se sentirem bem a partir do senso de pertencimento ativado. Assim, não proponho aqui que as implicações de ir a um protesto de rua, arcando com todos os custos da participação - tempo gasto, deslocamento, exposição a eventual repressão policial e tumultos, apenas para citar alguns exemplos - sejam as mesmas implicações de meramente criar ou compartilhar um meme nas plataformas digitais. Os custos para as mobilizações de ruas são certamente mais altos

mas é semelhante o efeito psicológico de se sentir participante de algo maior e importante, seja a tentativa de mudar a realidade política por protestos presenciais, junto a milhares de pessoas, “eu estava lá, eu ajudei a mudar o país”, ou mostrar os conhecimentos digitais e participar de uma piada política que contesta a autoridade de políticos.

3.3 Memes et circensis?

Vista como enfadonha, complicada, vergonhosa e por isso rejeitada por tantos cidadãos, a política tradicional pode se tornar mais palatável quando consumida por meio de memes da cultura pop, que é familiar e cotidiana para os indivíduos. Parece então ser no mínimo interessante e talvez até exitoso o fenômeno de cidadãos antes desinteressados na política passarem a comentá-la de um jeito divertido e despojado: isso nos dá esperança ante uma forte crise de representação. Todavia, caso a criação e o compartilhamento de memes nas mídias sociais não seja acompanhado de um aprofundamento técnico, sem maior apuração dos fatos, podemos ver a incidência de um efeito danoso, já nosso velho conhecido: o aumento da despolitização e da alienação política, já que, no fim, a discussão política por memes não passaria de um debate vazio, além da possível difusão de notícias falsas e preconceitos por meio destas mídias. Este receio se baseia no eventual risco do aspecto crítico e político dos memes da Internet atenuar-se em favor da brincadeira e da diversão. É o temor de que o humor deixe de ser uma arma política e torne-se, na verdade, o ópio do povo.

Em termos de despolitização ou falta de informação política, é perfeitamente possível que alguém apenas passe por um meme que mostra Lula Molusco, personagem do Bob Esponja, sendo preso pela Polícia Federal na Fenda do Biquíni (universo do desenho animado Bob Esponja) (Figura 5) em sua *timeline* no Twitter, ria, retweete mas não vá atrás de entender os desdobramentos da prisão do ex-presidente Lula. Mas não é possível generalizar. Alguns dos memes encontrados na coleta são duros na ironia, que pode ser reconhecida como uma prática argumentativa (ALVES,2011), e apresentam, com isso, claros argumentos políticos. Sendo leitor deste tipo de meme, o internauta, ainda que não se interesse muito, pode ter contato com opiniões mais incisivas e factuais, abrigadas sobretudo pelo humor e pela ironia ou sarcasmo.



Figura 5– PF na Fenda do Biquíni.Fonte: Twitter.

Shifman defende que “como a cultura pop faz parte da vida cotidiana e das identidades culturais das pessoas, usá-la para falar sobre política torna a última mais acessível. A cultura pop, portanto, serve como uma plataforma através da qual os indivíduos podem se comunicar uns com os outros sobre política de forma lúdica e envolvente (SHIFMAN,2014, p.136)”

Em Milner (2016), também encontramos esta ideia de memes como modo de expressão e discussão pública. “A criação de um meme é uma forma acessível, barata e agradável de pronunciar opiniões políticas.” (p.123). Para Milner, os memes constituem espaços de expressão plurívoca nos quais são negociadas diversas opiniões e identidades. Assim, o cerne de compreensão dos memes políticos deve ser o discurso aportado nestas mídias.

O entretenimento político (*politainment*) é a união de questões políticas e entretenimento como modelo de comunicação que abrange o diálogo entre política e cidadania (BERROCAL; CAMPOS-DOMINGUEZ; REDONDO, 2014). Para Howley (2016 apud GAMBARATO e KOMESU,2018, p.2), “um meme político mistura artisticamente a cultura popular e a política de maneira divertida e incisiva”. Neste sentido, os memes funcionam como inerentes ao fenômeno do entretenimento político (GAMBARATO e KOMESU,2018, p.2) e parte considerável dos memes analisados neste trabalho representam isto.

Börzsei (2013, pp. 22, 23) compreende os memes da Internet como as charges políticas da era digital, como um poder de participação infinitamente mais amplificado,

de modo que os memes podem contar as notícias. Ao comparar memes digitais de cunho político às charges políticas, é perceptível que o denominador comum entre as duas formas de comunicação é o aspecto da criticidade no tocante aos acontecimentos das esferas de poder. Assim, Börzsei (2013) acredita que com os memes, ainda que por diversão, mais pessoas estão interagindo com as notícias e com o que tem ocorrido em torno delas, de modo a tentar produzir sentidos (p.21). Sucintos, os memes conseguem transmitir questões políticas e sociais de um jeito humorístico e icônico. Ainda que os memes não consigam sozinhos derrubar um governo, eles podem ser usados como parte das estratégias de práticas digitais ativistas de organizações da sociedade civil.

Os memes são também alternativa às narrativas das mídias tradicionais, sendo uma maneira diferente de consumir e assimilar informação política. Os cidadãos online podem dar seu próprio tom aos eventos políticos, sem a mediação e enquadramento discursivo fornecido por atores tradicionais das mídias, como os jornalistas, comentaristas políticos e colunistas de jornais impressos e periódicos. Aliás, aponta-se para novos hábitos que surgiram com a popularização e uso extensivo das mídias sociais, como o fenômeno chamado “segunda tela” (FREIRE, 2017, p.20), que configura-se como o costume de assistir à televisão e comentar nas plataformas digitais como o Twitter, fazendo uso de ferramentas como a *hashtag*, de modo a indicar publicamente que se assiste a um determinado conteúdo na TV e, possivelmente, participar coletivamente de uma discussão sobre o que é assistido. É na “segunda tela”, que é hoje, em larga escala, o aparelho celular com acesso à internet, que os memes são criados, difundidos e comentados.

Como linguagem intertextual (KNOBEL e LANKSHEAR, 2007; GUERREIRO e SOARES, 2016), os memes só se tornam populares se os usuários souberem lê-los (BÖRZSEI, 2013, p.24). Assim, a sofisticação exigida para a compreensão de certos memes parece ser estimulante para seus leitores, o que, tratando-se de memes políticos, pode fazer com que alguns busquem se informar melhor.

3.4 Questão geracional

O fenômeno dos memes pode ser visto sob uma ótica geracional?

A participação dos jovens nas mídias digitais é naturalizada quando se assume que esta parcela da população é “nativa digital”. Destarte, a relação entre a juventude e as

ferramentas digitais seria vista como especial: os jovens seriam detentores de um conhecimento imanente em relação às novas tecnologias da informação e da comunicação (PRENSKY apud WELLS et al.,2015). Por jovens, considera-se os chamados “*millenials*”- termo que se refere à geração que nasceu a partir dos anos 80 (NG et al.,2010 apud WELLS et.al,2015). A geração dos “*millenials*” é marcada por seu senso de tolerância e pensamento progressista (WELLS et.al,2015). A afirmação de que os nativos digitais teriam naturalmente mais aptidão com o uso das ferramentas digitais é generalizante e carece de maiores evidências (WELLS et al.,2015, pp.201-202). Habilidades na utilização da tecnologia atribuídas aos mais jovens, para além de um talento inato, dependem de fatores como a realidade socioeconômica, a educação dos pais, a qualidade do acesso à internet, dentre outros fatores que devem ser levados em consideração (p.201).

Não obstante, os usos que a população jovem têm feito da internet devem ser objeto de análise de pesquisas acadêmicas. Como bem salientado por Chris Wells e colaboradores (2015, p.202), os *millenials* tiveram uma exposição menor às interações interpessoais em comunidades se comparados aos seus pais e avós. No lugar da interação face-a-face, surgiu “um individualismo em redes no qual os jovens, sobremaneira, sentem-se mais confortáveis para criar e fomentar comunidades baseadas em interesses em comum por meio das redes sociais online.” (RAINIE e WELLMAN,2012 apud WELLS et al.,2015, p.202).

A forma com que as novas gerações, a partir dos *millenials*, consome as notícias mudou consideravelmente (WELLS et al, 2015). Se antes a principal forma de se informar sobre política era por meio dos telejornais, hoje as mídias digitais têm fornecido notícias em tempo real. Mas se ler tweets sobre política é mais rápido e fácil do que ligar a televisão, não há claros indícios de que a população mais jovem tenha usado estas ferramentas para se informar por meio de sites de notícias oficiais (p.204).

Novas práticas digitais podem levar a uma remodelagem das formas de consumir informação política. Os memes da internet inserem-se justamente como um novo repertório de comunicação, informação e discurso. Com a assimilação destas novas mídias e produtos culturais, o contato com as informações do mundo “duro” da política pode ser outra. A exposição à informação política possibilitada pelos memes de um jeito informal poderia – em algum grau – aumentar o interesse, a curiosidade e até mesmo o conhecimento da população sobre política. Ao se deparar com um meme do julgamento

do Lula, é possível que um indivíduo que não esteja tão informado sobre o processo faça uma rápida pesquisa para descobrir ao menos porquê de Lula ter sido preso.

A participação dos internautas em uma esfera político-comunicativa online é permeada por uma miríade de possibilidades (WELLS et al,2015). Novas maneiras de perceber a política e a própria percepção do que é engajamento podem adquirir novos contornos com a popularização e aumento de acesso às plataformas de mídias sociais. Com a facilidade de se fotografar com os smartphones, acompanhar discussões no Facebook e no Twitter, divulgar links para petições online, criar e postar memes por meio de sites intuitivos como o Meme Generator, há uma tendência de redesenhar o consumo e produção de conteúdo político.

Para Rushkoff (1997) apud Börzsei (2013), “como membros de um espaço de comunicação caótico, todo mundo vai ter que ser equipado para absorver os dados através de nossas telas, encontrar sentido na gramática pós-linear com a qual ela é formatada e participar em sua produção como jornalistas amadores”. A geração do fim do século 20, a chamada geração das “crianças do caos” (RUSHKOFF,1997 apud BÖRZSEI,2013) já está fazendo isso, “e eles estão pronto para enfrentar o que está à frente em termos de processos sociais e culturais. Eles estão fazendo memes”. Tendo em mente que a cultura dos memes na internet é algo recente, é possível pensar que de fato, as habilidades para criar, postar e interpretar memes são mais comuns aos indivíduos familiarizados com a linguagem das plataformas digitais, mormente os jovens. Assim, a compreensão dos memes será mais indutiva para aqueles que naturalizaram a cultura memética, por terem acesso basicamente cotidiano a ela.

Vivendo o paradoxo de compartilharmos um individualismo conectado, construímos – e somos construídos – por uma cultura participativa na esfera digital. Na visão de Jenkins et al. (2006), a cultura participativa que têm se desenvolvido é marcada por propriedades tais quais “barreiras relativamente menores entre a expressão artística e o engajamento cívico, forte suporte na criação e compartilhamento das criações individuais com os outros” e, dentre outras, a ideia de “membros que se sentem conectados aos demais em um certo grau e que se importam com o que os outros pensam de suas criações” (ibidem, p.7). Deve ser ressaltado, contudo, que não é a tecnologia mais avançada que leva à participação mas sim as práticas culturais desenvolvidas pelos indivíduos em torno destas novas ferramentas.

Ao participar de debates políticos na esfera digital, a depender da plataforma no qual a discussão se desenrola, é provável que o cidadão seja exposto a mais pontos de vista diferentes do que se a discussão ocorresse na esfera offline (KAHNE et al, 2012 apud WELLS et al.,2015). Tal hipótese é pertinente na medida em que na vida offline muitos indivíduos podem conviver apenas com aqueles que pensam e vivem como eles, sem ter contato com diferentes realidades. Na internet, dado o seu poder de amplificar debates, há chances de diferentes visões de mundos se confrontarem. Pode ser, por exemplo, o caso de hashtags únicas no Twitter sobre debates eleitorais. A indexação de hashtags como #DebateNaBand nos tweets fará com que todos os tweets com esse “rótulo” apareçam em sequência. Com isso, ao ler a sequência de mensagens com essa tag, é de fato mais provável que o indivíduo tenha contato com outras perspectivas, de apoiadores de candidatos outros que não o seu. No caso do julgamento do Lula, como as hashtags eram contrastantes, o confronto entre os diferentes enquadramentos seria mais difícil de ocorrer dentro do *corpus* de uma única hashtag, como discutiremos adiante.

Ao mesmo tempo em que diferentes realidades podem coexistir e se cruzar na internet, é também alarmante a existência de bolhas digitais, nas quais os indivíduos interagiriam apenas com pares, sem terem contato com outras perspectivas (DUARTE,2016; ZUCKERMAN, 2017). A limitação de acesso a diferentes pontos de vista e ideologias é reforçada, por exemplo, pelos algoritmos do Facebook, que apresentam conteúdo na “*timeline*” com base em posts curtidos no passado, fortalecendo, por conseguinte, a visibilidade de posts curtidos por amigos, o que apenas realçaria o contato com concepções prévias – preconceitos – e poderia levar ao aumento da intolerância com “o outro” (ZUCKERMAN, 2017, p.17).

O Twitter, plataforma digital analisada neste trabalho, diferentemente do Facebook, não filtra os conteúdos da *timeline*, permitindo o acesso aos tweets de todos os seguidos por alguém. Não obstante, a formação de bolhas ainda é possível: os usuários manteriam, organicamente, “câmaras de eco”, onde ressoam justamente suas preferências, quais sejam de entretenimento, cantoras pop, *fandoms* de séries de tv ou política, de modo que o usuário segue apenas as pessoas que pensam como ele (ibidem). As pessoas escolhem o isolamento ideológico, o que, apesar de compreensível, leva a uma homofilia que não ajuda a superar a polarização. Esta só pode ser menos tóxica com uma tentativa constante de diálogo entre atores como perspectivas divergentes, por mais desafiador que isto seja.

Capítulo 4 - Memes como estratégia de comunicação política

Como exposto por Castells, “é preciso ser visto para existir no ciberespaço”. (CASTELLS,2005, p. 27 apud HARMATA e SANTOS,2015). Assim, é esperado que os usuários das plataformas de mídias sociais busquem chamar atenção de seus amigos e audiência de modo a comunicar uma ideia ou necessidade. De pessoas físicas a pessoas jurídicas, de atores políticos a instituições políticas, quando no ciberespaço, o internauta busca reconhecimento e respeito. Para tanto, é possível perceber os memes como uma forte estratégia de comunicação que tem como características gerais o apelo visual, a simplicidade da linguagem e frequentemente, o humor. Por estes aspectos, o meme é exitoso em alcançar seu público alvo e criar uma simpatia e bem-estar e talvez um maior engajamento no internauta.

As mídias sociais oferecem às instituições públicas a oportunidade de modificar a sua prestação de serviços e contribuir com a formação política e social da comunidade (HARMATA e SANTOS,2015). Há casos que mostram que páginas institucionais, do governo, são também sensíveis à cultura e ao fenômeno dos memes. Assim, é possível que estas páginas, que originalmente não criam memes e nem os usam de forma natural, se apropriem da linguagem destas mídias. Neste sentido, é paradigmático o caso do Facebook da Prefeitura de Curitiba entre os anos de 2013 e 2016.

Exemplo de sucesso, a Prefeitura de Curitiba usou memes para aumentar a visibilidade e o alcance de temas tipicamente burocráticos, que exigem por vezes uma difícil compreensão dos cidadãos. Se o objetivo era divulgar campanhas e o trabalho feito pelo Executivo municipal curitibano, a equipe de mídias sociais conseguiu completá-lo com um aumento da interação com os munícipes por meio do humor. Ainda, deve ser levada em conta o perfil do público da página da “prefs”, assim chamada carinhosamente, formada majoritariamente por jovens entre 18 e 24 anos de idade. Com tal estrato populacional, em uma capital cosmopolita como Curitiba, faz todo sentido investir na produção de memes, humor e referências à cultura pop.

As interações divertidas na página da prefeitura de Curitiba tiveram efeitos práticos. O engajamento dos cidadãos online fez com que as ligações para a central telefônica caíssem 50% entre maio e setembro de 2013 (HARMATA e SANTOS,2015). Além disso, a maior participação dos habitantes de Curitiba na página foi aproveitada

pela Prefeitura de maneira positiva: os cidadãos foram consultados e incentivados a enviar propostas sobre a Lei Orçamentária Anual de 2015, numa tentativa de ampliar os canais de democracia participativa.

O caso da Prefeitura de Curitiba leva à hipótese de que conteúdo humorístico e divertido geram mais interações. Se pensarmos que o humor serve como alívio às situações tipicamente tensas da política, sobretudo em um contexto marcado por polarizações como o pós-eleições de 2014, é plausível que páginas institucionais, de políticos e de organizações da sociedade civil lancem mão de um conteúdo mais cômico.

Em termos de especificidades, a internet tem sua linguagem própria, com gírias, bordões, memes. Há expressões que só são usadas na informalidade da internet e não são todos os usuários que as conhecem. E quando se fala em internet, deve-se considerar que existem várias internets, com base nos diferentes usos que os usuários fazem dela. Para os memes, a ideia de nichos é semelhante. A linguagem coloquial da internet contrapõe-se à linguagem da norma gramatical, usada como referência em manuais de redação. Assim, uma linguagem mais próxima às pessoas pode fazer com que estas se interessem mais pelo conteúdo postado e se engajem mais em interações.

Giannini (2017) trata os memes como ferramenta de comunicação. Os memes fazem então parte da cultura da internet e são tão comuns como utilizar a internet para se comunicar. A internet veio como uma maneira de alterar os processos comunicacionais, ao permitir, em tese, que qualquer indivíduo com conhecimentos mínimos do funcionamento do digital e acesso à rede consiga enviar mensagens, inclusive para várias pessoas.

É também um resultado da internet as pessoas exporem, de forma mais frequente, suas vidas privadas ao público na rede (SIBILIA, 2008 apud GIANNINI, 2017). Com a facilidade de acesso às ferramentas digitais e tecnológicas como plataformas de mídias sociais, blogs, câmeras nos aparelhos celulares, é de fato tecnicamente mais fácil expor a intimidade para centenas, milhares e até milhões de pessoas. As pessoas têm muitas vezes feito de sua vida um evento que encontra-se em disputa por curtidas, comentários, visibilidade com os eventos de outros indivíduos. Para os memes, não poderia deixar de ser diferente. Há, de fato, pessoas que desenvolveram páginas de humor e postagem de memes e buscam produzir conteúdo que tenha forte adesão do público.

Na lógica de sucesso dos memes, quanto mais comum ao público for seu repertório, mais o meme terá adesão e fará sucesso. Em razão disso, o meme terá mais chances de ser propagado se for de compreensão e reconhecimento para o máximo possível de pessoas – se for muito específico, voltado para apenas um nicho social, a tendência é que este não seja tão replicado.

Devem ser consideradas as dificuldades de se rastrear um meme. Com a dinamicidade das mídias sociais e sobretudo do vultoso fluxo de conteúdos, é muitas vezes complicado descobrir quem criou um meme ou quem o postou primeiro. Assim, nem sempre se tem muita clareza sobre o processo de criação e vida de um meme. Empreitadas como o Museu de Memes¹¹, iniciativa da Universidade Federal Fluminense, olham para os memes como importante processo cultural da contemporaneidade e tentam registrar a história de memes famosos na internet. No website, encontramos que “memes são geralmente efêmeros mas no #MuseudeMemes, eles se tornam história”.

Assimilamos e consumimos os memes de forma subjetiva, através do processo de significação e reconhecimento daquele signo cultural. As pessoas podem usar os memes para contar suas próprias narrativas e versões de um fato. O meme torna-se um suporte para a comunicação interpessoal e para a exposição de pensamentos, sentimentos, reações e enquadramentos estéticos e políticos. Trata-se então de produção de sentido e senso de pertencimento, através da criação de laços, ainda que frouxos, no mundo pós-moderno. Para Martino (2014), “memes são compartilhados em redes digitais, de certa maneira, pelo mesmo motivo que pessoas contam piadas ou histórias que ouviram: para fazer parte do grupo (p.179).”

Os memes envolvem então a criação e consolidação de identidades culturais online que por vezes ressoam também no offline. Martino (2014) ressalta ainda o potencial apelo econômico dos memes: na era digital, é necessário captar a atenção das pessoas para conseguir vender a imagem ou mesmo um produto. É tocado o ponto do marketing digital feito por meio dos memes. Diferentemente da Prefeitura de Curitiba, que não visa lucro financeiro, há empresas que fazem um bom uso dos memes como estratégia de marketing digital e conseguem com isso manter uma boa imagem perante os consumidores da marca. A Netflix, por exemplo, transformou memes conhecidos da internet brasileira em peças publicitárias, de modo a conseguir mais engajamento dos

¹¹ Cf. <http://www.museudememes.com.br/o-museu-de-memes/>. Acessado em 28 de agosto de 2018.

usuários, pensando sobretudo no compartilhamento desse conteúdo e ampliação de alcance, de modo a captar ainda mais assinantes (CERIONI, 2017). Trocadilhos inteligentes, resgate de personagens dos anos 90 e paródias podem melhorar a percepção que os usuários têm de uma marca, empresa, ou até de uma instituição pública.

O fluxo de comunicação só se torna completo quando os repertórios do criador da mensagem e de seu decodificador se cruzam (NETTO, 1996 apud GIANNINI, 2017). O receptor, decodificador da mensagem, usa os seus próprios repertórios – conhecimentos prévios – para fazer a leitura da mensagem. Isso pode envolver questões culturais, linguísticas e sociais: o indivíduo só entenderá um meme se tiver tido um contato prévio com os signos deste meme, como melhor será explanado adiante.

Koopmans (2004 apud GIANNINI, 2017) apresenta três aspectos que impactam nas possibilidades de disseminação de mensagens controversas. A visibilidade, que é a cobertura que uma mensagem recebe na comunicação; a ressonância, que refere-se à reação de demais atores à mensagem e, por fim, a legitimidade, que procura medir em que nível as reações são positivas. Para os memes na internet, faz bastante sentido considerar os fatores da ressonância e da legitimidade. Uma mensagem ressonante consegue atingir novos públicos, portanto ter um alcance maior, viajando mais em uma única mídia social ou ainda perpassando diferentes mídias sociais, passando por exemplo tanto pelo Facebook como pelo Twitter, além de ser também comentada fora do digital. Quanto à legitimidade, o meme pode ou não ser legitimado e considerado positivo por seus leitores. Caso seja avalizado pelo público alvo, ele terá mais chances de obter sucesso por meio de replicações e novas e criativas derivações.

Ainda sobre a comentada página da Prefeitura de Curitiba, cabe mencionar que na intenção de interagir com os munícipes curitibanos, algumas das referências eram comuns a todos os habitantes da cidade. As piadas sobre o tempo fechado da cidade, as chuvas constantes e o frio enregelante podiam facilmente ser compreendidas por todos os residentes da capital paranaense e por isso obtinham interações bem sucedidas. Diferentemente das referências a séries de tv estrangeiras, como *Game of Thrones*, que exigiriam que o internauta conhecesse minimamente a série para compreender o meme, as referências sobre o clima frio de Curitiba podiam ser lidos por qualquer leitor da página da prefeitura que, ainda que não habitasse lá, conhecesse o clima frio da capital do Paraná.

No debate sobre as características da Web 2.0, deve-se reconhecer que a visibilidade que a ágora digital proporciona às práticas discursivas é imensamente maior do que a ofertada na esfera pública offline. Recuero (2014b) aborda a questão da “escalabilidade” como sendo a repercussão e alcance das postagens, através de réplicas, curtidas, compartilhamentos. Assim, o que se diz para um grupo de 5, 10, 100 pessoas, em espaços de convívio social no meio offline pode ser amplificado para milhares e até milhões de receptores nas plataformas online. As tecnologias da Web 2.0, sobretudo as plataformas digitais, têm esse poder de difusão em tempo real dos conteúdos que foram publicizados, espalhando algumas mídias de forma viral, epidêmica.

4.1 MBL e VPR e a comunicação memética

Ainda que não tenhamos neste trabalho a intenção de verificar padrões de transmissão e propagação dos memes – quais foram os que mais tiveram retweets, por exemplo – é possível, com os dados coletados, desenvolver algumas reflexões teóricas e exploratórias acerca da disseminação de opiniões políticas sobre o julgamento do Lula por meio dos memes.

Faz-se necessário entender a importância das conversações informais, mais leves, divertidas e próximas do dia a dia do cidadão médio. O Vem pra Rua (VPR) e o Movimento Brasil Livre (MBL), organizações da sociedade civil que se mobilizaram intensamente para o processo de impeachment (DIAS, 2017), conseguiram este efeito humorístico e sarcástico em alguns memes postados durante o processo de julgamento do Lula. Retomando a Castells, que disse que “é preciso ser visto para existir no ciberespaço”(CASTELLS,2005, p. 27 apud HARMATA e SANTOS,2015), os memes certamente possibilitam uma boa visibilidade e são facilmente incutidos nas memórias das pessoas. Isto justifica a escolha de movimentos como o MBL (Figura 6) e o VPR (Figura 7) por postar memes e pode revelar também uma tentativa de se aproximar da juventude, que domina os memes.



Figura 6 - MBL 1. Fonte: Twitter

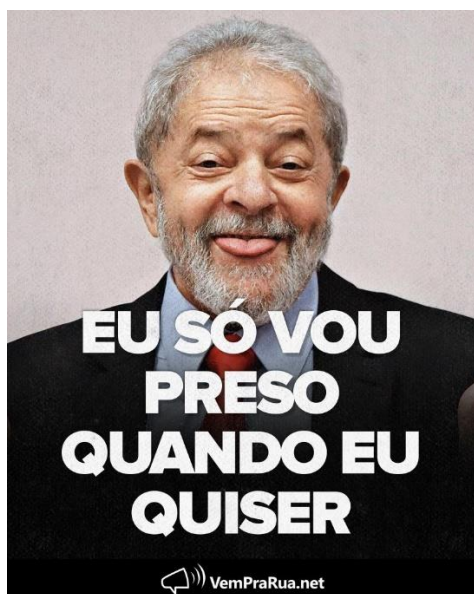


Figura 7 – VPR.1.Fonte: Twitter

Reprodutores do estilo de comunicação memética, o Movimento Brasil Livre postou 11 memes e o Vem pra Rua, 10. Ainda que os números não sejam expressivos, é possível inferir que esses movimentos da sociedade civil perceberam que podem usar a linguagem dos memes a seu favor, de modo a atingir um maior número de cidadãos e mais: conquistar a simpatia e a adesão destes, dada as motivações para a elaboração de enquadramentos antipetistas, como investigado por Dias (2017).

Com referências a acontecimentos prévios, característica já consolidada dos memes (GUERREIRO e SOARES, 2016), os memes abaixo postados pelos dois movimentos antipetistas remontaram a eventos anteriores ao julgamento de Lula. A Figura 8, de forma sarcástica, tenta produzir humor ao comparar a série de episódios que levaram à prisão de Lula, como “levado coercitivamente” em 04.03.16 e “delação de Leo Pinheiro” em 20.04.17 a uma turnê musical. Deste modo, o MBL criou uma camiseta inspirada nos modelos clássicos de camisetas de turnês, com dizeres como “Eu fui!” mas ficcionalizando de forma jocosa o processo penal de Lula como “Tour Lula Preso ‘18”. É pertinente realçar que a intertextualidade do meme é construída pelo diálogo entre o evento político-jurídico e a cultura pop, referenciada por meio de camisetas de shows de entretenimento musical.



Figura 8 – Camiseta do MBL. Fonte: Twitter

A Figura 9 faz também menção a um evento passado e diretamente relacionado ao caso de Lula. Trata-se da menção à fala “Tchau, Querida” de Lula à ex-presidente Dilma Rousseff, em uma ligação telefônica entre os dois que foi grampeada e divulgada publicamente pelo juiz Sérgio Moro no dia 16.03.2016, episódio que ficou conhecido como caso Bessias. Na ocasião, Dilma pediu para o então assessor da Casa Civil Jorge Messias, o Bessias, que levasse o termo de posse de ministro da Casa Civil para Lula assinar, o que foi visto por parte da população como tentativa de obstrução de justiça, já que Lula já era investigado e como ministro, ganharia foro privilegiado. O meme é sarcástico pela referência ao polêmico caso da ligação telefônica, ao se apropriar da fala carinhosa de Lula para Rousseff e transformá-la em “Tchau, querido!”, explicitando o desejo pela prisão de Lula e saída deste da vida política brasileira.



Figura 9 – Tchau, Querido. Fonte: Twitter

4.2 - Nichos de memes

A construção de sentidos nos memes parte tanto de repertórios individuais como de práticas de rituais coletivos. Barreto (2015) utiliza o conceito de rituais de Goffman (1972 apud BARRETO, 2015), que os compreende como “atos simbólicos com valor especial para os indivíduos”. A ideia de nichos de memes aqui utilizada parte da concepção de que na Internet, há um processo de construção identitária através da participação em rituais nas esferas digitais (BARRETO, 2015). Por conseguinte, há uma

disputa de capital social entre usuários mais familiarizados e menos familiarizados (AMARAL,2011 apud BARRETO,2015). Nesta concorrência, o “conhecimento arqueológico dos memes, dos virais, das gírias, e até mesmo funcionalidades e ferramentas” são justamente a moeda que demonstra o capital social dos indivíduos. (ibidem, p.20).

Os nichos de memes podem então ser entendidos como comunidades online demarcadas por meio de suas práticas linguístico-discursivas e sociais específicas (BARRETO,2015). Seriam as subculturas digitais, que compartilham valores, práticas, humor e uma linguagem entre si. Os que compreendem aquela linguagem e, mais relevantemente, são fluentes nela, sabendo usá-la de forma adequada e natural, de acordo com cada contexto, são, por assim dizer, membros daquele nicho virtual. Ainda que se trate de um “território” virtual, portanto não espacial em termos físicos reais, as práticas ritualísticas e comunicacionais online dos indivíduos encontram ressonâncias no meio offline. As sociabilidades da rede digital permeiam as nossas vidas reais com grande recorrência. No plano dos memes, mostramos que ocorre uma mútua (retro)alimentação, talvez antropofágica, entre os meios da vida real, desconectada, e a nossa vida digital, ligada em redes.

Raquel Recuero (2007, p.27-28) lança luz sobre os efeitos e funções sociais dos memes: eles podem servir a estratégias de visibilidade; de construção de identidade, ao estreitar laços sociais; podem gerar cooperação, quando ocorre por exemplo a replicação de memes que suportam outros memes e podem; por fim, criar rupturas e conflitos relacionais, levando ao debate entre internautas. O aspecto agregador dos memes encontra-se sobretudo nos memes que mais levam à interação, recebendo muitos comentários, o que tende a proporcionar o fortalecimento dos elos sociais e a diminuição de distâncias sociais.

Contudo, é plausível ressaltar que dada a natureza de plurivocidade – isto é, diversas vozes que falam ao mesmo tempo - das plataformas de mídias sociais, quando milhões de indivíduos estão produzindo e postando dados ao mesmo tempo, é impossível ouvir e conhecer a todos, o que compromete o real poder destes laços. Seriam laços débeis (GRANOVETTER, 1973), que ainda que se segurem por poucos minutos, podem levar paulatinamente à formação de identidades coletivas.

Nas conversações que se desenvolvem em torno dos memes, esses elos, ainda que frouxos, podem levar ao sentimento de empatia compartilhada entre os interlocutores (BARRETO, 2015, p.37). A demonstração empática pode ser explicada pela ideia de contágio emocional (GUADAGNO et al., 2013 apud BARRETO, 2015, p.38), no qual o ato de encaminhar algum tipo de informação para outrem pode envolver afetividade compartilhada indiretamente.

Isto ocorre a partir do momento em que o remetente da mensagem pressupõe - e espera - que o destinatário experimentará emoções semelhantes às sentidas por ele da primeira vez. Cria-se então um fenômeno de experiência afetiva compartilhada, que pode aproximar indivíduos que encontraram similaridade entre seus sentidos e estreitar os seus laços. A perspectiva de demonstração empática pode, nos memes, ser encontrada nos memes de ação popular (SHIFMAN, 2014), nos quais busca-se um engajamento com os demais pares em torno de uma causa.

Mas há também um outro fator a se considerar na difusão dos memes, o da validação social. Para Guadagno et al. (2013, p. 2313 apud BARRETO, 2015, p.38), “em ambientes onde o curso de ação é ambíguo, as pessoas dependem mais fortemente das pistas fornecidas pelos outros. As pessoas também estão mais propensas a seguir as pistas dos outros quando estes “outros” são membros do seu grupo e, assim, mais similares a elas”.

Para a análise dos memes políticos, esta concepção de validação social é útil porque em um grupo, por meio das postagens dos membros, que elaboram enquadramentos e produzem sentidos compartilháveis, inclusive por meio do contágio emocional, o indivíduo que se encontra em dúvida diante da complexidade de alguns eventos, como o julgamento do Lula, pode localizar-se no debate e tomar uma posição junto aos seus pares.

4.3 - Enquadrando os memes

Enquadramentos (frames) são “esquemas interpretativos que localizam eventos no horizonte espaço-tempo dos atores políticos” (BENFORD; SNOW, 2000; GOFFMAN, 1986 apud DIAS, 2017). Esta definição parece ser pertinente para se pensar o fenômeno dos memes políticos, sobretudo em contextos contenciosos.

Em sua leitura de Tarrow (2013), Dias (2017, p.6) afirma que “dois mecanismos explicam a durabilidade da linguagem contenciosa: a sua ressonância simbólica e a sua modularidade estratégica. O primeiro mecanismo diz respeito à perspectiva cultural, e o segundo à faceta pragmática destas narrativas. Para que os discursos contenciosos permaneçam no imaginário e sejam empregadas pelos atores políticos, é crucial que elas remetam a experiências e significados compartilhados entre a audiência”.

A ideia de ressonância simbólica de Tarrow (2013 apud DIAS, 2017), ao se referir à linguagem contenciosa, é empregável no contexto de memes políticos. O fator da ressonância simbólica envolve a perspectiva cultural dos símbolos usados em discursos contenciosos. O conceito de ressonância simbólica parece estar em harmonia com a ideia de que os memes refletem - e formam - identidades coletivas (SHIFMAN, 2014).

Segundo Dias:

“As literaturas sobre framing e sobre o uso da linguagem no processo contencioso têm sua importância renovada com a popularização das mídias sociais e seus usos por organizações de movimentos sociais e ativistas.” (DIAS, 2017, p.8)

Posto isto, em concordância com Dias (2017), neste trabalho, a partir do conceito de *framing*, os memes serão analisados como mídias que refletem identidades coletivas e enquadramentos políticos. Desta feita, em que grau é possível perceber que os memes portam discursos e portanto expressam perspectivas de grupos e identidades coletivas? Os memes políticos frequentemente contêm afirmações de posturas políticas e a ótica sobre um determinado acontecimento do mundo do poder.

Como bem enunciado por Dias (2017, p.10) “as práticas contenciosas dos atores revelam que os usos das plataformas digitais podem ser definidos como processos que “rearranjam a organização de cenas espaciais e temporais da vida social” (BARNETT, 2004, p. 60). Ou seja, as práticas *online* preparam e subsidiam as práticas *offline*, ao dar sentido ao contexto e ao canalizar emoções que inspirem protestos.”

Tal qual como no impeachment de Dilma Rousseff (DIAS, 2017), no julgamento do Lula, encontramos uso de linguagem contenciosa e construção de significados e crenças por grupos e ativistas, em um confronto político.

O conceito de narrativas de Poletta (2013) segundo Tayrine Dias (2017) “é útil para delimitar como o processo interpretativo é traduzido como prática contenciosa. Para Poletta, narrativas ou histórias são uma "versão de uma sequência de eventos na ordem em que eles ocorreram, para apresentar um argumento" (ibidem, tradução livre da autora).

Pode-se enxergar os memes como conjuntos de narrativas. É também útil emprestar a eles o conceito de discurso, que de acordo com Steinberg (1999) apud Dias (2017) “é a representação expressa das realidades percebidas pelos atores políticos” (p.17). Ainda que no caso aqui analisado não exploremos ações coletivas e mobilizações de organizações da sociedade civil, é possível enxergar os memes políticos, ainda que sozinhos, como parte de representação de demandas, visões de mundo e *framings* de grupos com identidades específicas.

É ressaltado que o: “processo de confronto político é multivocalizado (STEINBERG, 1999). As palavras são polissêmicas e disputadas, e as sequências de acontecimentos podem ser enquadradas de múltiplas maneiras por diferentes grupos, que tenham posições distintas acerca de demandas e problemas. Como consequência, os grupos frequentemente reavaliam as vantagens estratégicas no uso de expressões ou narrativas, em constante tensão entre inovação e tradição.”(DIAS, 2017, p.21).

Segundo Chagas e Santos (2017, p.9), Bimber, Flanagin & Stohl (2012, p. 92) definem engajamento político como o “grau em que indivíduos participam dos processos de constituição da agenda organizacional e de tomada de decisão”. Com os memes políticos, as fronteiras entre o que pode e o que não pode ser considerado ação engajada são diluídas (SANTOS e CHAGAS,2017, p.10).

Para Steinberg apud Dias (2017, p.23-24), “o processo de *framing* é também um processo discursivo. O discurso, por sua vez, “é ideológico quando os significados que ele atribui oferecem entendimentos sobre poder, diferença e hierarquia que são declarados como naturais, aceitados ou preferidos” (STEINBERG, 1999, p. 745, 24 tradução livre da autora).”

É possível perceber os memes como espelho da cultura onde estão imersos seus criadores e receptores. Neste sentido, os memes refletem diferentes sentidos, dentre eles éticos, morais, religiosos, político-ideológicos. Portadores de discursos, os memes ajudam a produzir sentido sobre eventos políticos.

A literatura sobre *framing* lança luz à formação de identidades coletivas que ocorre em torno dos memes. Como já vimos, os memes, por definição (SHIFMAN,2014), não são eventos isolados. Justifica-se aqui que ainda que um meme seja postado por um internauta, aparentemente de forma isolada, ele carrega em si referências, símbolos, perspectivas e emoções que são na realidade discursos de um enquadramento. Neste sentido, a própria isenção de posicionamento – se a favor ou contra a condenação de Lula – poderia ser percebida como um enquadramento de neutralidade, indefinição ou de zoeira e brincadeira. Assim, é possível pensar na isenção como um campo identitário (BENFORD,2013 apud DIAS,2017, p.24), ainda que suas demandas, trajetórias e emoções não sejam tão bem delineadas. Para entendermos a opinião dos que preferem se isentar no debate, “ver o circo pegar fogo”, far-se-ia necessário envidar esforços para ouvir estes indivíduos em entrevistas, o que não foi possível neste trabalho.

Falar propriamente em ação coletiva e organização mobilizatória neste caso não parece tão plausível porque não é muito explícito que o meme foi usado como uma tática de ação coletiva, como um meio para a obtenção de um fim. Sequer é possível pensar em grupos organizados, com algumas exceções, como o Movimento Brasil Livre e o Vem Pra Rua. A maioria dos memes analisados neste trabalho foram postados por usuários comuns do Twitter. Não obstante, é possível perceber que os memes foram usados como estratégia de comunicação para amplificar o alcance de discursos que expressam opiniões políticas sobre o julgamento de Lula. Ademais, é possível perceber semelhanças entre conceitos empregados para se explicar enquadramentos de ação coletiva e os memes. Sobre as quatro perspectivas (disposicional, identitária, relacional e retributiva) definidas por Silva e Ruskowski (2016, p.192 apud DIAS, 2017, p.25) para fundamentar o porque dos militantes adotarem “comportamentos persistentes” de ativismo político, Dias (2017) escreve que :

As perspectivas disposicional, identitária, relacional e retributiva são dimensões onde são ativados os mecanismos e condições que explicam a aproximação, identificação e a construção do compromisso de longo prazo por parte de ativistas. A socialização e trajetória dos indivíduos, as múltiplas identidades das quais partilham, suas redes e interações e seus desejos e interesses são motivações das práticas que conformam a propensão de engajamento. Ademais, estas dimensões configuram, dinamicamente, o arcabouço sobre o qual as experiências dos membros

de grupos ganham sentido e são organizadas, a partir da localização social e política onde estes atores exercem sua agência. (DIAS,2017, p.25).

O trecho acima, ainda que não fale de memes políticos, pode ser emprestado para explicar o que leva os indivíduos a lançarem mão de comportamentos meméticos nas plataformas de mídias sociais. Como já vimos, a cibercultura tem como uma de suas características principais o comportamento individualizado em interconexões com redes muito mais amplas de identidades coletivas em comum, o que leva o indivíduo a conquistar laços que, ainda que frágeis, forjam um senso de pertencimento à uma comunidade.

Existe um motivo para um indivíduo retweetar um meme, transmiti-lo para sua rede de amigos, favoritá-lo, postá-lo em outras mídias sociais ou ir ainda mais longe: recriá-lo, alimentando o fluxo daquele meme. Certamente, se não houvesse uma mínima identificação, legitimação do conteúdo, da forma e da postura de um meme (SHIFMAN, 2014), um internauta não teria motivo para depositar seu voto de confiança na propagação daquele meme. É exatamente neste momento de escolha do indivíduo, do que fazer quando se vê adiante de um meme, que os mecanismos culturais operam. Primeiro, o indivíduo faz a interpretação do meme, que é um texto (SHIFMAN, 2014). Tendo compreendido o discurso aportado ali, ele se vê na oportunidade de realizar uma escolha: o que fazer com aquele meme.

É então possível que o internauta, ao olhar para um meme, ache que propagar o texto não seja viável. Pode ser que o indivíduo não entenda o meme, que não o ache engraçado, que já o julgue inapropriado e datado. Ou ainda, avançando mais na análise e no *julgamento valorativo*, que ele perceba que o meme vai contra o que ele acha que é correto, por exhibir, por exemplo, um humor preconceituoso, machista, racista ou homofóbico. Nesta escolha de aderir ou não ao meme, propagando-o, isto é, dando seu aval de que é válido espalhá-lo ou recriá-lo, ou apenas ignorando-o, reside o grande poder de agência do internauta.

Segundo Lindekilde (2014) *apud* Dias (2017, p.27), “a capacidade de agência dos atores nas organizações fundamenta as semelhanças e heterogeneidades de enquadramentos mesmo que estejam no mesmo campo organizacional ou identitário.” É

por isto que atores em um mesmo espectro político-ideológico, como a direita, por exemplo, não são homogêneos e apresentam variações dentro de um grupo maior. A escolha de postagem dos memes, a demonstração pública, no digital, do que se apoia e do que se ri (pois o riso também é político) passa pelo poder de agência de cada indivíduo. Ou seja, ainda que sejam parte de um enquadramento cultural, social e político maior, é perfeitamente compreensível que os indivíduos racionalizem e ponderem os memes com os quais têm contato.

Como já exemplificado empiricamente no caso da Prefeitura de Curitiba e de empresas como a Netflix, os memes têm sido percebidos, como uma estratégia de comunicação e marketing para atingir mais pessoas, já que eles têm um forte apelo à cultura popular e portanto, chegam de forma mais palatável e leve até o público. Os cidadãos da sociedade civil não organizada, contudo, usam os memes para expressar descontentamento e para ridicularizarem autoridades públicas. Assim, por um lado vemos um uso dos memes que carrega em si fins de comunicação de massa, com fins específicos, mercadológicos, e do outro, uma utilização mais semelhante ao ativismo, como forma de desconstruir líderes, criticar a política e usar o humor como uma válvula de escape da frustração. É realmente difícil mensurar o quanto os usuários de Internet oriundos da sociedade civil não organizada buscam causar efeitos políticos reais de mobilização com os memes que eles criam e compartilham. Contudo, para fins de verificação da literatura sobre enquadramentos e ativismo digital, além da novata bibliografia produzida sobre memes e política, é interessante monitorar os memes em contextos contenciosos, como no caso apresentado neste trabalho.

Capítulo 5 –Uma revisão da teoria do riso aplicada sobre os memes

5.1 - “Rir para não chorar”

O riso, expressão humana derivada da socialização, tem diferentes funções sociais e políticas. Rindo, é possível tanto garantir a manutenção do *status quo*, ao forjar um senso de pertencimento entre aqueles que riram juntos, como também contrariar e até mesmo ridicularizar a ordem social vigente. Esse uso ambíguo do riso serve, então, para afirmar ou subverter algo (MINOIS, 2003) e essa dualidade é o que mais fascina sobre essa manifestação psicossocial.

A Estética, por anos, debruçou-se sobre o estudo dos objetos cômicos, os que têm a capacidade de gerar o riso no sujeito que ri (PROPP, 1992, p.31). Contudo, considerou-se impossível entender o riso e o cômico sem examinar os aspectos psicológicos dos indivíduos (ibidem). A crítica à noção de que o riso é provocado sempre que ocorrem situações ditas cômicas vai no sentido de que esta concepção determinista do riso – se há uma causa cômica, o riso certamente virá - não é capaz de explicar as pessoas que não riram, ainda que sejam minoria. Em decorrência disto, devem ser incluídos no cálculo cômico aspectos de ordem histórica, social, nacional e pessoal (PROPP, 1992, p.32). Como observado por Propp:

“Cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas [...] É evidente que no âmbito de cada cultura nacional, diferentes camadas sociais possuirão um sentido diferente de humor e diferentes meios para expressá-lo” (PROPP, 1992, p. 32.)

Em sua obra *História do Riso e do Escárnio*, o historiador Georges Minois (2003), em consonância com Propp (1992) bem pontua que

“[...] o riso tem um aspecto individual e um aspecto coletivo. Uma história do riso é, ao mesmo tempo, uma história da festa, que coloca outra ordem de problemas. A junção dos dois não é evidente. Há festas solenes, sem riso. Contudo, nas dionisíacas, no Carnaval e nas saturnais, na festa dos loucos, admite-se que a festa, como o riso, rompe o curso ordinário das coisas e que seus vínculos são essenciais porque ambos abrem uma janela sobre outra coisa, sobre outra realidade, talvez uma utopia [...]” (MINOIS, 2003, p.14).

A assimilação entre riso e festas faz bastante sentido ao tratarmos de espetáculos políticos como o que foi o julgamento do Lula e sua consumação por meio da prisão. O riso dos cidadãos que aguardavam pelo encarceramento do ex-presidente da República foi um riso sarcástico, festivo e ácido. Para esses brasileiros, a prisão de Lula simbolizou a morte política deste líder político e, portanto, uma vitória para o Brasil, cuja “bandeira jamais será vermelha”.

Os programas humorísticos da televisão do século XX teriam se apropriado do cômico e retirado a espontaneidade do riso (MINOIS, 2003, p.424). Essa lei do cômico foi também incorporada em *slogans* de campanhas políticas que, de maneira artificial, buscavam uma aproximação entre os candidatos e eleitores. No que Minois chama de

obsessão pela festa e pelo bem estar, o riso passa a ser regrado e ditado pelas mídias tradicionais e passa a atuar como ópio do povo (ibidem). Aproveitando-se da espetacularização da política, os políticos do século XX passaram a se apresentar como “palhaços sérios”, de modo a conseguir a simpatia e a confiança de seus eleitores (ibid.)

Na contramão da apropriação do humor pelos atores políticos tradicionais, quais sejam as grandes mídias ou as elites políticas, que querem distribuir as cartas dos jogos, o fenômeno dos memes na Internet leva a uma criação do cômico no nível *bottom-up* (SHIFMAN,2014). Intercalando os memes de discussão pública, que como vimos, são mais cômicos, e a teoria do riso (MINOIS,2003; PROPP,1992; BERGSON,1983), é possível chegar a reflexões pertinentes.

Ainda que rir seja um ato físico individual, no riso é exposta a natureza social do homem, situada em um espaço-tempo específico (COSTA,2017). Como detentores de comicidade, alguns memes, dentre eles os políticos, são naturalmente engavetados e esquecidos quando a situação a que fazem referência passou. Alguns memes teriam então um prazo de validade bem delimitado. É o que Spivack (2004) chama de *meme momentum*. O termo se refere à relevância e vigor do meme em um determinado *locus* e em um tempo específico. Nas figuras 10 e 11, o humor só tem sentido no contexto específico da prisão de Lula, o que demonstra que esses memes têm baixa longevidade e são, portanto, voláteis (RECUERO,2006). O *meme momentum* (SPIVACK, 2004) deles é desta forma restrito ao evento que cobriram – a prisão de Lula.



Figura 10– Austrália. Fonte: Twitter



Figura 11 - Fumaça Preta. Fonte: Twitter

Segundo Bergeret (1973) *apud* Minois (2003), em uma abordagem psicanalítica, o riso é vazão para a pulsão de agressividade. Com o riso, seria possível atenuar desejos mais agressivos na vida social e por isto ele é tão importante – a risada preveniria possíveis atos de violência física. Em alguns casos, o riso por si só é violência. Em suas categorizações sobre o riso, Propp (1992) identifica um que ele considera maldoso (PROPP, 1992). Para Propp, este é o tipo de riso no qual os defeitos do outro, às vezes “aparentes, imaginados ou inventados, são aumentados, inflados, alimentando assim os sentimentos maldosos, ruins e a maledicência” (p.159). O riso maldoso tem um tom forte de cinismo, mas Propp faz uma distinção:

Psicologicamente, o riso maldoso aproxima-se do riso cínico. Um e outro originam-se de sentimentos ruins e maldosos, mas sua substância é profundamente diferente. O riso maldoso está ligado a defeitos falsos e o riso cínico prende-se ao prazer pela desgraça alheia (PROPP, 1992, p.159).

Como causa do riso maldoso, de acordo com o sugerido por Mendes (1996, p.242 *apud* MENDES, 2008, p.1), o escárnio e a injúria “entram em cena para expor ao ridículo personagens da vida pública, como forma de liberar as insatisfações de um grupo social frente a situações sentidas como opressivas”. A autora continua ao pontuar que o efeito do “deleite cômico” ocorre sobretudo quando o “alvo do ataque é um desafeto pessoal do satirista”, o que leva também ao prazer do próprio público, que se satisfaz com polêmicas particulares “desde que a agressão esteja submetida às regras do jogo cômico, do qual participam a fantasia, o exagero, o paradoxo, a incongruência, o contraste súbito” (ibidem).

Sobre a sátira, Cleise Mendes, teatróloga, argumenta que:

“(…) para compreender a catarse cômica - e em especial a do tipo satírico - não são suficientes, isoladamente, nem a explicação do tipo "vingança social", nem a interpretação freudiana - prazer inconsciente em participar da agressão ou desnudamento. O aspecto psicossocial no envolvimento do espectador dependerá sempre das artimanhas lúdicas com que o comediógrafo manipula o discurso insultuoso. O efeito satírico, como fenômeno estético-receptivo, vale-se do vocabulário obsceno, do furor de escárnio, do deleite no "baixo" e no grotesco, das formas ferozes de burlas e chacotas, como *elementos de uma criação artística*.” (MENDES, 2008, p.1)

Ainda que Mendes esteja falando de comédia em um sentido mais literário, a sua percepção de catarse cômica pode ser perfeitamente transposta para o humor contido nos memes da Internet. Vale mencionar os memes que, de forma satírica, buscam debochar de Lula e de seu alegado gosto pelo álcool. O tweet abaixo (Figura 12) nos serve bem como exemplo por conter dois memes: um que satiriza Lula, mostrando-o com roupas femininas – o que reforça o percebido por Shifman (2014) sobre a recorrência do uso da comicidade sobre tipos destoantes do padrão de masculinidade – e o outro que, de forma sarcástica, brinca com o nome “Passport” do uísque e insinua que Lula, com seu passaporte de viagem, buscaria fugir do país. O outro meme (Figura 13), também fazendo uma referência ao álcool, ridiculariza o discurso de Lula proferido no dia de sua prisão, no qual ele disse não ser mais um ser humano, mas uma ideia, como modo de passar o seu legado para a militância. No meme, o discurso – sério e emotivo – é desmanchado e substituído pela chacota da “boa ideia”, slogan da Cachaça 51.



Figura 12- **Passaport**. Fonte: Twitter



Figura 13 – Cachaca 51.Fonte: Twitter

A teoria da criação artística enfatiza na ironia sua “perspectiva polifônica de um procedimento interdiscursivo, em que vozes dissonantes concorrem numa mesma fala”(MENDES,2008, p.2). Assim, o mérito criativo da ironia – isto é, um enunciado com sentido oposto ao sentido literal (ALVES,2011, p. 10) - residiria na destreza que ela tem de apresentar pontos de vista contrastantes – um deles dissimulado – em uma única fala.

De acordo com Christiane Alves, a ironia pode ser acionada e utilizada por diferentes motivações comunicativas, tais como a realização de uma crítica ou como estratégia de defesa (ALVES,2011, p.12). Na ironia, o enunciador subverte a sua enunciação (MAINGUENAU,2008 *apud* ALVES,2011, p.12), ao dizer, por exemplo, “Obrigado pelo gesto de gentileza” a alguém que agiu de forma indelicada. A autora, contudo, faz uma ressalva: caso a ironia não seja compreendida com clareza pelos receptores da mensagem, o entendimento da argumentação pode ser comprometido (*ibidem*). Assim, para que que ocorra plena compreensão e identificação do uso da ironia, é necessário que haja um prévio conhecimento das posições reais do orador, que provavelmente foram expostas em enunciados prévios. Além disso, devem ser incluídas as variáveis do “ambiente situacional e discursivo nos quais os interlocutores estão envolvidos” (*ibidem*.p.13).

Os diferentes recursos discursivos e humorísticos presentes nos memes são, frequentemente, de uma complexidade que exige do leitor, para a compreensão e

produção de sentido do meme, que este tenha um entendimento prévio do contexto e das referências feitas.

A produção desta pesquisa concorda com a perspectiva de que o funcionamento cognitivo humano deve ser entendido “a partir do contexto histórico-cultural e comunicativo” (ALVES,2011, p.15). Ademais, ressalta-se que os processos psicológicos acontecem por meio de “relações dialógicas, de natureza sociossemiótica” (BAKHTIN e VOLOCHINOV,1992, *apud* ALVES,2011). Cabe apresentar aqui uma definição de semiótica. A semiótica, segundo Fernandes (2011, p.168) é “a ciência que estuda a vida dos signos no interior da convivência social”. O signo, que é o significante, opera como uma mediação entre o objeto (referente) que ele representa e o interpretante, que deve ser entendido como “o efeito que o signo está apto a produzir ou que efetivamente produz numa mente interpretadora” (ibidem). Ao se analisar os processos discursivos pelo escopo analítico da semiótica, é possível investigar as “apropriações de conteúdo, ou de sentido” (FERNANDES, 2011).

Os memes políticos ou sobre política são também constituídos por signos. Ao falar de signo, o círculo formado por Bakhtin , Volochinov e Medvedev refere-se a um produto da criação ideológica que é dotado de alguma materialidade semiótica, como a linguagem, por exemplo (ALVES,2011, p.16). Uma característica essencial do signos é o fato deles serem multissêmicos, ou plurívocos, dado que “seus significados são construídos na dinâmica histórica e no confronto de valores e interesses sociais.”(ibid.). Neste sentido, Bakhtin e Volochinov (1992,*apud* ALVES,2011, p.17) postulam que o mais importante da língua, da enunciação, não é a sua forma mas sim o signo, que é perenemente variável e flexível. Este entendimento reforça a importância do conteúdo e da postura dos memes (SHIFMAN,2014) ao passo que reafirma que a forma não é a mais importante para a construção de sentido – de onde se justifica também a escolha por não se deter sobre o formato dos memes.

Limor Shifman, ao explicar o fenômeno dos memes, postula que nos memes que tiveram mais sucesso na Internet, a forma sofreu poucas mudanças ao passo que o conteúdo da mídia e a postura adotada foram largamente alteradas pelos internautas (SHIFMAN,2014). Na linha da teoria de Bakhtin, os memes expressam signos culturais e ideológicos que formam seu conteúdo.

De volta à ironia, muitas vezes esta é corrosiva mas não é necessariamente cômica. Mendes pontua que a ironia pode ser empregada na expressão de qualquer gênero e enunciado afetivo, da comédia à tragédia e, portanto, não é por si só uma técnica de chiste (MENDES, 2008, p.2). Além disso, quando existente, o efeito de comicidade nem sempre é unânime: ele implica na participação do interpretador, que, através de inferências, consegue decifrar um enunciado e identificar os limites do dito e do não-dito, que é dissimulado no discurso irônico. Posto isto, uma piada só é considerada cômica dentro de um contexto situacional específico que carrega o peso de aspectos sociais, políticos e ideológicos. Trazendo para o caso dos memes analisados no julgamento do Lula, é esperado que quem defenda o Lula não ache engraçada ou catártica a ironia aportada nos memes do lado anti-lulista, e vice-versa.

Os memes abaixo não são engraçados, mas são irônicos. Eles são dotados de pesar, embebidos por uma ironia amarga. Na figura 14, vemos uma referência ao *powerpoint* do procurador Deltan Dallagnol, que apontava Lula como o mandante de todos os atos ilícitos que envolveram o Partido dos Trabalhadores na última década. Ele é remixado e ressignificado, de modo a apresentar a inocência de Lula e talvez insinuar, no fundo, que ele estaria sendo preso por incomodar as elites. O mesmo acontece na foto do homem negro com a camiseta (Figura 15) que expõe ironicamente que os feitos *criminosos* de Lula foram os programas sociais desenvolvidos em seu governo.



Figura 14— **Powerpoint**. Fonte: Twitter



Figura 15 – Camiseta de Lula. Fonte: Twitter

5.2 Sarcasmo e Ironia Online

Detectar sarcasmo e ironia nas plataformas digitais nem sempre é fácil, sobretudo quando se tem apenas mensagens textuais como base. Em conversações orais, é muito mais simples perceber indícios de ironia e sarcasmo na fala do locutor, por meio de seu tom de voz e expressões gestuais e faciais. De modo a aprimorar a detecção de ironia e sarcasmo nas plataformas de mídias sociais, a Ciência da Computação tem concentrado esforços na chamada Análise de Sentimentos, que atrai a atenção de diferentes setores, dos serviços de inteligência governamentais às grandes corporações (GONÇALVES et al., 2015).

Softwares que utilizam técnicas de Processamento de Linguagem Natural (PLN), análise de estruturas gramaticais e aprendizado de máquinas, dentre outras ferramentas, têm sido usadas para a mineração de opinião e identificação da ironia e do sarcasmo em meio a um contingente colossal de dados. Nesta lógica, Gonçalves e colaboradores (2015), com o uso de um software, contribuíram para a codificação de *tweets* como sendo ou não sarcásticos ou irônicos. Para tanto, analisaram uma significativa base de tweets que continham as hashtags #sarcasm e #irony, e também tweets aleatórios, sem essas hashtags. De modo geral, com a análise de sentimento foi constatado que as mensagens

de ironia e sarcasmo de fato tem um peso negativo, de reclamação e crítica, expressando descontentamento, qual seja. (GONÇALVES et al.,2015).

Segundo Silva (2018), o Aprendizado Profundo (*Deep Learning*) é uma subárea do campo de Aprendizado de Máquina que se fundamenta em “abordagens computacionais inspiradas na estrutura e funcionamento do cérebro para a construção e treinamento de Redes Neurais Artificiais (RNAs)” (SILVA,2018, p.8). Na tentativa de ensinar à máquina um reconhecimento cada vez mais apurado da ironia e do sarcasmo, diversas pesquisas têm lançado mão das técnicas de *Deep Learning*. Em um frutífero trabalho, Schifanella et al. (2016) reconhecem a importância de incluir conteúdos audiovisuais na detecção de sentimentos, extrapolando os trabalhos inaugurais de *Deep Learning* que olharam apenas para aspectos lexicais e linguísticos, ao investigar textos escritos.

Em prosseguimento, os autores apresentam uma sintética definição de sarcasmo: “O sarcasmo é uma forma peculiar de expressão de sentimento, onde o sentimento superficial difere do sentimento implícito.”(SCHIFANELLA et al.,2016,p.1).Tal conceituação é muito próxima do conceito de ironia. Sarcasmo pode ser definido como “ironia que deixa entender uma crítica dura e mordaz, por vezes considerada insultuosa”¹².Destarte, o que diferencia a ironia e o sarcasmo é a escolha das palavras e a entonação usada.

Ao considerar a linguagem visual em sua análise sobre o recorrente uso do sarcasmo no Twitter, no Instagram e no Tumblr, Schifanella et al. (2016) reforçam enfaticamente o poder das imagens para a produção de sentido discursivo. Em casos onde o contexto se faz preciso para a identificação do sarcasmo, a abordagem unicamente textual pode falhar e, caso haja uma imagem na postagem, esta pode ser a chave interpretativa para a compreensão do teor sarcástico. Os autores nos dão também interessantes caminhos para a identificação de sarcasmo nas mídias sociais: “enquanto palavras regulares são geralmente usadas para apresentar o significado literal, emojis e hashtags são comumente usados para revelar o sentimento pretendido pelo orador, ou para

¹² Em <https://www.priberam.pt/dlpo/sarcasmo> .Acessado em agosto de 2018.

compartilhar pistas com o público para ajudar a decodificar o sarcasmo.” (SCHINFANELLA et al., 2016, p.3.tradução do autor).

A multimodalidade, presente nas principais plataformas de mídias sociais, é a associação dos gêneros de comunicação (ou seja, texto, imagens, animações, sons, etc.) com o “objetivo de entregar uma mensagem a uma audiência” (SCHIFANELLA et al., 2016, p.2). Assim, em casos de multimodalidade, como nos memes analisados neste trabalho, faz-se indispensável olhar para o contexto e para os signos – e interpretantes – contidos nas visualidades. Ainda, como já visto em Alves (2011), o sarcasmo, e também a ironia, requerem conhecimentos prévios dos interlocutores acerca do contexto em questão. Nesta abordagem mais holística, Rajadesingan et al. (2015) buscaram detectar o sarcasmo no Twitter por meio da análise de aspectos do contexto histórico do internauta, como tweets prévios, padrões de bom ou mau humor do indivíduo, a sua familiaridade com o Twitter, as relações e interações deste usuário e a frequência com que ele usou hashtags como *#sarcasm*.

O sarcasmo é uma combinação de expressões de afeto e sentimentos. Ele pode demonstrar o bom ou mau humor do usuário, sua negatividade e frustrações diante de situações de injustiça (RAJADESINGAN et al., 2015). Com a vivência da injustiça – e esta é uma concepção muito subjetiva – os indivíduos se voltam, às vezes, para as mídias sociais como uma válvula efetiva para suas queixas e frustrações, que são frequentemente expressos por meio do sarcasmo. Tal percepção nos é bastante útil para a análise dos memes no julgamento do Lula, ainda que não tenhamos empreendido trabalho como o dos autores, que analisaram o histórico de tweets dos usuários de modo a perceber tendências sarcásticas.

Os emojis e as hashtags podem indicar a verdadeira intenção da mensagem e portanto desnudar o sarcasmo naquele enunciado (SCHIFANELLA et al., 2016, p.4). As hashtags situam o usuário em uma discussão, permitindo que ele acompanhe o debate em tempo real. Estas *etiquetas* das mídias sociais, mormente no Twitter, como analisado aqui, podem ser usadas irônica e jocosamente.

A construção de um enunciado sarcástico frequentemente se baseia na incongruência entre ideias apresentadas e também na presença de um alvo que só é vítima da ridicularização por ser – naquele momento – visto como inferior pelo falante (TABACARU, 2015). Quando a situação apresentada no enunciado é incongruente com

a realidade, o sarcasmo tem seu efeito justamente na revelação da farsa. Situações absurdas, quanto mais inesperadas e incompatíveis forem, gerarão humor pelo reconhecimento por parte do receptor de que há uma incongruência.

A Teoria da Superioridade explica o divertimento cômico a partir do pressuposto de que no germen do humor estaria a malícia e a inveja, como já notado por Platão (TABACARU, 2015, p.116). A comicidade exploraria falhas humanas e as pessoas ririam do que consideram ridículo nos outros (ibid.) Na realidade, o cômico sempre esteve ligado ao homem, direta ou indiretamente (PROPP, 1992, p.38), de modo que só podemos rir de uma batata se ela nos remeter a feições de um rosto humano. Dito isto, as pessoas, em seus contextos sociais, “sentem-se bem consigo mesmas em comparação àqueles que estão ridicularizando (por qualquer motivo: falta de habilidade, defeitos etc.)” (TABACARU, 2015, p.117). Rir, desta forma, é percebido “principalmente como um triunfo sobre os outros” (ibid.).

Sob o olhar da Teoria da Incongruência, a diversão cômica viria com a revelação de um elemento surpreso no enunciado. A ironia, neste caso, teria grande êxito em causar o efeito do riso. O ouvinte, ao ouvir algo diferente do que ele imaginou que ouviria, é defrontado com o sentimento de surpresa, potencialmente cômico. O mecanismo da ironia seria o da bissociação (KOESTLER, 1964 apud TABACARU, 2015, p.121), na qual o indivíduo se veria adiante de duas leituras incompatíveis que entraram em choque, o que provocaria o riso como resposta.

Na figura 16, vemos um meme sarcástico cujo humor pode ser compreendido tanto pela Teoria da Superioridade – o autor zomba de Lula por sua baixa escolaridade, chamando-o de analfabeto com uma intenção lesiva – e pela Teoria da Incongruência – ao brincar com a palavra “federal”, através do emprego da metonímia para os termos “universidade” e “polícia federal”.

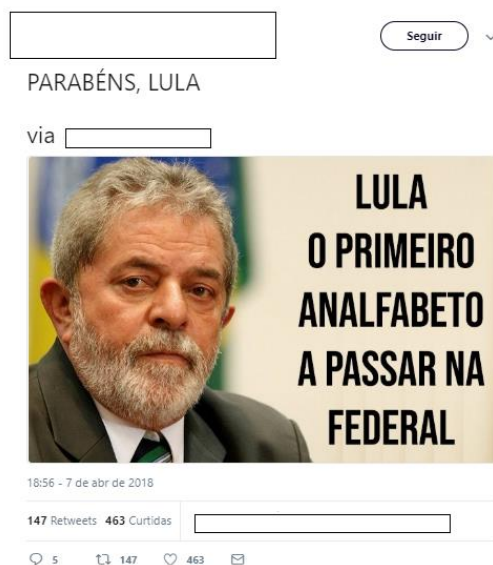


Figura 16 - Analfabeto.Fonte: Twitter

Como apontado por Tabacaru (2015), há grande confusão entre os conceitos de sarcasmo e ironia. Lee e Katz (1998) apud Tabacaru (2015, p.124) salientam que a principal diferença entre o sarcasmo e a ironia é a agressividade, que no primeiro seria muito mais perceptível. Para Averbek (2013, p.49), nas palavras de Tabacaru (ibid.) a distinção fundamental entre ironia e sarcasmo reside no fato de que aquela não explicitaria seu alvo ao passo que este seria mais crítico e claro em relação ao destinatário. Foi esta segunda definição que empregamos para distinguir a ironia do sarcasmo. Com um sentido muitas vezes grosseiro e ofensivo, o sarcasmo é mais pungente e é recebido como um soco no estômago. Por vezes, a ironia pode também ser interpretada como uma atitude de agressão e ofensa que coloca em risco a própria sociabilidade humana (ALVES,2011, p.23).

As ideias de superioridade e incongruência podem nos ajudar a compreender a alta quantidade de memes sarcásticos e irônicos encontrada. O mesmo se dá em relação à ofensa: o ato de insultar alguém pode indicar a percepção de superioridade para quem xinga. Muitos dos memes que escarnecem Lula apresentam as duas noções – tanto o ex-presidente é ridicularizado e julgado inferior por quem faz a piada como também ele é criticado em situações que apontam para incongruências de Lula entre seus discursos passados e acontecimentos mais recentes.

No caso dos memes baseados em *prints* (capturas de tela) de tweets antigos, pode-se perceber a intenção, neste caso maldosa, de resgatar algo dito no passado de modo a se atacar o autor das mensagens. Na figura 17, o autor do meme julga que há uma

inconsistência entre o tweet de Lula de 2016 e a realidade do dia 05 de abril de 2018. Ele considera então que Lula é rico e portanto pode ir para a cadeia. Sarcasticamente, ele dá parabéns a Lula. No outro caso (figura 18), um tweet também é resgatado mas com um conteúdo diferente: a boa saúde que Lula afirma ter. Assim, o enunciado sarcástico e corrosivo vem como uma forma de ataque à Lula: ele não pode pedir prisão domiciliar por motivo de doença porque, como ele mesmo ressaltou, tem “energia e tesão” para governar o país.



Figura 17– Tweet “Parabéns Lula”.Fonte: Twitter



Figura 18– Tweet “Prisão domiciliar”.Fonte: Twitter

A hipérbole, frequentemente usada em enunciados sarcásticos, gera o seu efeito humorístico por meio da incongruência do exagero. A sensação de que algo não encaixa, não deveria estar ali porque é incongruente tem grande importância para a produção de

memes baseados em imagens. O bizarro, o improvável e o dramático chamam a atenção das pessoas.



Figura 19- Pobres expulsos.Fonte: Twitter

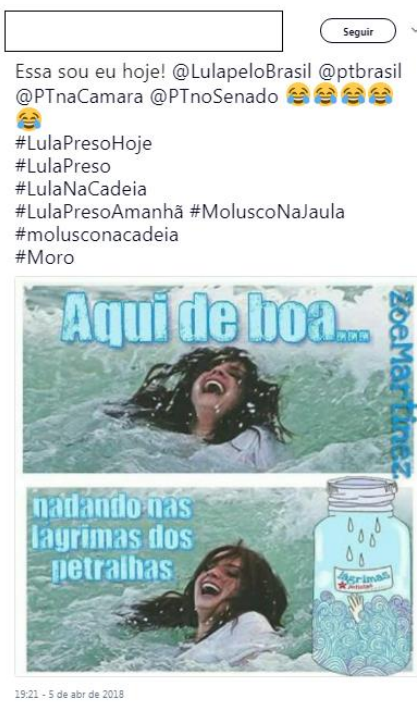


Figura 20- Nadando.Fonte: Twitter

Nos casos acima, é possível verificar o uso da hipérbole na construção do enunciado sarcástico. A Figura 19 traz o enunciado oculto de crítica e deboche àqueles internautas contrários à prisão de Lula que talvez tenham afirmado que com a prisão do

ex-presidente – e provável eliminação do pleito de outubro de 2018 – a classe mais pobre seria explorada e aviltada pelas elites executoras do “golpe contra Lula e Dilma”. No caso da Figura 20, uma referência à cantora americana Lana del Rey é feita e usa-se da hipérbole e do cinismo para expressar o contentamento com a prisão de Lula.

Para Costa, Neves e Oliveira (2016, p.14) o riso tem como uma de suas características “o poder de apequenar as coisas, ridicularizar aquilo ou aquele a que se refere.” Em um evento espetacularizado como o processo do julgamento do Lula e depois a jornada de mais de 48 horas¹³ no Sindicato dos Metalúrgicos em São Bernardo do Campo, fazer piadas situacionais sobre o caso poderia ser percebido como uma ridicularização de aspectos do evento político.

Ainda, segundo Costa, Neves e Oliveira (ibid., p.15), “na visão freudiana, o riso é concebido como mecanismo eficaz de conversão da dor em fonte de prazer”. Esta parece ser a explicação para a postagem – ainda que mais tímida - de memes por parte dos apoiadores de Lula. Envolvidos em uma mescla de sentimentos como revolta, mágoa e impotência, parte dos cidadãos que se posicionaram contrários à prisão de Lula recorreram aos memes para converter sua frustração e dor em prazer ao debochar dos perpetradores do processo jurídico contra Lula.

Se alguns dos memes dos que se propuseram a defender Lula foram mais bem humorados, empregando um tom afetuoso (Figura 21) ao fazerem piadas positivas sobre Lula, outros foram carregados de um sarcasmo ofensivo e até grotesco (Figura 22), expressando total revolta com o desenrolar do processo que levou Lula ao regime fechado.

¹³ Em <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/apos-48-horas-lula-se-entrega-a-policia-federal-2,ac8638f166d6b59da82553d4fb088b34rcfq7036.html>



Figura 21- “Princeso lindo”.Fonte: Twitter



Figura 22 –Cármem/Temer. Fonte: Twitter

A ironia teria como motivos principais os desejos de criticar e reclamar de algo ou alguém (WILSON e SPERBER,2012), o que reforça a ideia de que a ironia seria um sentimento negativo (GONÇALVES et.al,2015). Para Wilson e Sperber (2012), o não-dito no enunciado, o que se esconde por trás dele, pode ser entendido como um eco aberto

a interpretações. Assim, “a ironia é mais fácil de reconhecer quando a natureza ecóica do enunciado se torna mais saliente.” (WILSON e SPERBER,2012, p.133). Quanto mais informações o receptor tiver, mais facilmente ele compreenderá o tom irônico do enunciado.

Como forma de ataque, a ironia pode ser entendida como a performance discursiva na qual “Alguém finge estar fazendo algo que não está fazendo: falando sério e assertivamente, seriamente fazendo uma pergunta, seriamente expressando desgosto”, de modo a atacar “uma visão de mundo limitada ou falha”(CURRIE,2006 apud WILSON e SPERBER,2012, p.138, tradução livre).

Advogamos que é possível construir uma argumentação tendo como base a ironia. Assim, para que um discurso seja considerado argumentativo, ele deve conter os três movimentos basilares que caracterizam a argumentação, que, segundo Leitão (2000) *apud* Alves (2011, p.11), são a argumentação (ponto de vista e justificativa), o contra-argumento (contraposição ao argumento) e a resposta (reação ao contra-argumento).

A argumentação pode ser percebida como um ato de fala argumentativo que “apresenta um efeito comunicativo, correspondente à sua compreensão, e um efeito interacional, que é a aceitação ou resposta ao ato de fala realizado, os quais não têm que necessariamente coincidir” (ALVES,2011, p.11). Deste modo, ocorre a possibilidade de que o efeito comunicativo seja inteiramente alcançado – ou seja, o ato de fala seja entendido – mas o mesmo não aconteça com o efeito interacional – isto é, não haja aceitação completa ou parcial (*ibidem*).

Em algumas abordagens retóricas, o ato de ironizar é mais do que uma figura de estilo (ESTEVES,1997 apud Alves,2011). A ironia é posta como argumentação a partir de uma perspectiva que avalia que o “desvio de sentido proposital provocado pela ironia, traria, em si, um caráter argumentativo, pois sempre haveria um posicionamento do locutor em relação ao que está sendo dito, seja para rejeitá-lo, de forma sarcástica, ou para reforçá-lo humoristicamente.” (ALVES,201, p.39)

Alves (2011, p.41) sugere que a utilização da ironia para expor ou sustentar um ponto de vista pode ser uma “tentativa de suavizar o ataque ou mesmo expor o absurdo de uma tese”. Apresentar um pensamento de forma indireta, nas palavras de Colston (1997) apud Alves (*ibid.*), é “salgar a ferida”.

Capítulo 6 - Dados sob análise

Como já dito anteriormente na seção sobre metodologia, foram aqui considerados os memes de *discussão pública*.

Sobre o meme de discussão pública, Chagas (2016) explica que:

Este tipo de meme é aquele mais diretamente relacionado com o caráter de humor próprio do universo digital. Tradicionalmente relegados a segundo plano na perspectiva do campo acadêmico que investiga modelos de comunicação política, mal-julgados como comentários despropositais, estes conteúdos flertam com a ironia e o humor subversivo, dessacralizam e deslocam sentidos. (CHAGAS, 2016, p.8)

A importância destes memes mais informais, engraçados e embasados na cultura pop, está no fato deles aproximarem “o eleitor pouco familiarizado com a política através de um humor repleto de interferências sobre a imagem original.” (CHAGAS, 2016, p.18).

A tabela 1 apresenta o total de memes coletados, por data:

Período	Memes	Não Memes	Total
23 a 25 de Janeiro de 2018	393	128	521
04 a 08 de abril de 2018	880	382	1.262
Total	1.273	510	1.783

Tabela 1- Dados por período. Fonte: Elaboração própria.

Na tabela 2, são descritos os critérios para a categorização quanto ao posicionamento político encontrado nos memes:

Posicionamento político no meme	Descrição
A favor da condenação/prisão de Lula	Providencia elementos explícitos, seja por meio de argumentos visuais ou textuais, a favor da condenação e prisão de Lula.
Contra a condenação/prisão de Lula	Providencia elementos explícitos, seja por meio de argumentos visuais ou textuais, contrários à condenação e prisão de Lula.
Indefinidos/Isentos	Não é claro quanto ao posicionamento no julgamento do Lula, se a favor ou contrário à prisão do ex-presidente.

Tabela 2 – Posicionamento Político. Fonte: Elaboração própria.

Assim, os memes de discussão pública coletados foram divididos quanto à posição política defendida, conforme disposto na Tabela 3:

Período	Pró-prisão de Lula	Contra prisão de Lula	Indefinidos	Total
23 a 25 de janeiro de 2018	229	87	77	393
04 a 08 de abril de 2018	494	178	208	880
Total	723	265	285	1.273

Tabela 3- Memes quanto à posição política defendida.Fonte: Elaboração própria.

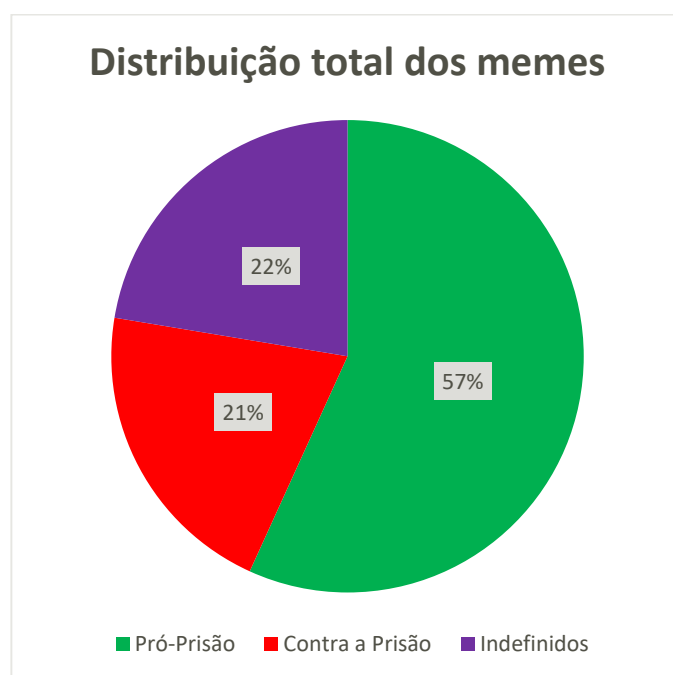


Gráfico 1- Quantidade de memes por posicionamento. Fonte: Elaboração própria.

Nos dois períodos analisados, não foram observadas alterações proporcionais consideráveis na distribuição de memes por posicionamento quanto à prisão de Lula. Desta forma, a maior parte dos memes coletados indica que 57% deles demonstravam ser a favor da condenação e da prisão de Lula.

6.1 - Aspecto 1: Conteúdo

A análise do conteúdo dos memes foi feita a partir da separação de vinte categorias, dispostas na tabela 4, em ordem crescente de importância (portanto partindo das categorias menos importantes em termos de frequência para as mais importantes). A identificação das categorias foi feita de forma indutiva, na medida em que os dados eram

analisados e legendados com palavras que facilitassem a busca nas pastas das bibliotecas de imagens do Windows no computador utilizado. Primeiro, deve ser mencionada a limitação de caracteres para a classificação das imagens (capturas de tela). O ato de nomear uma imagem, de modo a descrevê-la com palavras chaves, é limitado no Windows porque este permite apenas 260 caracteres na nomeação de arquivos¹⁴.

Considerando que o tweet foi analisado em seu contexto – texto e imagem – foi muitas vezes necessário economizar na descrição do meme, de modo a ser sintético o suficiente para caber no limite permitido pelo Windows, embora a complexidade de muitas postagens exigisse descrições mais detalhadas e minuciosas. Neste sentido, ressalta-se aqui que a contagem e as estatísticas estão sujeitas a possíveis erros de falha humana, haja vista que a codificação dos dados foi feita de forma manual, ainda que sujeita a exaustivas revisões, de modo a se identificar eventuais erros e omissões de palavras na classificação dos memes. Não obstante as possíveis imprecisões – que não são regra, mas exceções minoritárias - e dificuldades decorrentes da categorização de 1.273 tweets com conteúdo imagético-memético, acredito que o trabalho desenvolvido apresente tendências e contornos bem definidos da polarização que ocorreu no Twitter durante o julgamento do Lula.

Tabela 4 – Categorias de conteúdo

Categoria	Descrição	Número total de ocorrências e porcentagem
Economia	Trata de economia, política econômica, taxa de câmbio, dólar, emprego.	5 (0,32%)
Direita e conservadorismo	Menção à direita, aos apoiadores da direita, ao conservadorismo político.	10 (0,64%)
Militares	Trata de intervenção militar, de militares como o General Villas Boas, das Forças Armadas.	12 (0,76%)
Mídia	Menção à mídia tradicional, aos veículos de comunicação, à imprensa, às emissoras de televisão, à cobertura jornalística.	19 (1,21%)
História	Faz referência a acontecimentos históricos, personalidades e líderes do passado como Nelson Mandela, Martin Luther King, Mahatma Gandhi e Tiradentes.	22 (1,40%)
Esquerda	Referências à esquerda e apoiadores da esquerda, líderes políticos, partidos de esquerda (sobretudo PT, PSOL, PCdoB),	26 (1,65%)

¹⁴ Em https://answers.microsoft.com/pt-br/windows/forum/windows_10-files-winpc/qual-o-n%C3%BAmero-m%C3%A1ximo-de-caracteres-que/1bd6abf0-9be9-46ac-a578-3ba1df0a37f3. Acessado em agosto de 2018.

	ideologias de esquerda como o comunismo e o socialismo. A cor vermelha, do PT e da bandeira comunista, é usada.	
Política Internacional	Há uma clara referência à política e/ou a políticos de outros países.	28 (1,78%)
Questão Social	Faz referências à população pobre, à fome, à miséria, programas sociais e políticas públicas para reduzir a pobreza e as desigualdades.	31 (1,97%)
Corrupção	Menciona crimes de corrupção, políticos corruptos, escândalos de corrupção, o combate à corrupção	44 (2,80%)
Minorias	Faz referência às minorias como os negros, as mulheres e os LGBTs	47 (2,99%)
Eleições de 2018	Referência às eleições de outubro de 2018, a candidatos, ao futuro presidente eleito.	53 (3,37%)
Partido dos Trabalhadores (PT) e petistas	Referência ao PT, aos militantes petistas, a políticos do partido. Também encontram-se aqui críticas a Lula vinculadas ao PT e referência às políticas desenvolvidas nos governos petistas.	73 (4,64%)
Brasil	Referência ao Brasil, à bandeira brasileira – tons verde e amarelo – e ao povo brasileiro.	81 (5,15%)
Cultura pop brasileira	Referência a ícones da cultura popular brasileira, quais sejam, da televisão, da internet, da música. Celebidades (cantores, cantoras, atores e atrizes) e subcelebidades brasileiras são mencionadas. Entram também referências ao futebol.	85 (5,41%)
Classe política brasileira não pertencente ao PT	Referências a políticos brasileiros, parlamentares e membros da classe política no geral que não façam parte do quadro do Partido dos Trabalhadores.	136 (8,65%)
Justiça e Judiciário	Referências à Justiça brasileira no que tange aos juízes, ministros do STF, desembargadores do TRF4, Polícia Federal, operação Lava Jato.	145 (9,22%)
Cultura pop estrangeira	Referência a ícones da cultura popular internacional, sobretudo produtos culturais norte-americanos. Figuras dentre esses memes ícones da televisão, da internet, do cinema, da música e da literatura internacional e games. Celebidades (cantores, cantoras, atores, atrizes, dentre outros) e personagens da ficção são referenciados.	149 (9,48%)
Memes situacionais	Memes sobre situações específicas ocorridas no decorrer do julgamento – no TRF4 e no STF - e prisão de Lula, como a resistência popular no sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo do Campo. Memes sobre a votação do HC no STF, a demora na entrega de Lula, sobre a relação de Lula e Moro, sobre a boate Bahamas, dentre outros.	162 (10,31%)
Lula (figura)	Referências à figura de Luiz Inácio Lula da Silva. Menção a aparência física de Lula – como seu dedo amputado - características, gostos pessoais – bebidas alcóolicas - hábitos	180 (11,45%)

	e boatos sobre Lula. Não têm relação direta com a política.	
Prisão de Lula e Lula preso	Menções à concretização da prisão de Lula e a Lula preso. São encontradas montagens do ex-presidente na cadeia e situações que ocorreriam com Lula após a sua prisão.	264 (16,79%)

Tabela 4 – Categorias de conteúdo. Fonte: Elaboração própria.

Cabe a ressalva de que alguns dos memes entraram em mais de uma categoria por terem apresentado mais de um conteúdo, o que fez com que a soma ultrapassasse o valor real da amostra (N=1.273).

Ao analisarmos a distribuição geral por conteúdo, independentemente do posicionamento expresso, repara-se que, de fato, foi dada ênfase na prisão de Lula e na imaginação do que poderia ocorrer com o ex-presidente Lula quando este fosse preso (16,79%). Ainda, a insistência na figura do ex-presidente (11,45%) – e diferentes fatores associados a ele – foi maior do que a menção a fatores que, em tese, seriam mais ligados à sua prisão, como a justiça e o judiciário (9,22%) e a corrupção (2,80%). Isto pode nos mostrar algumas tendências e nos levar a traçar algumas hipóteses. A primeira seria a de que os debates – ou os processos comunicacionais desenvolvidos em torno do julgamento e prisão de Lula – foram, significativamente, mais voltados para os comentários sobre a pessoa do ex-presidente do que sobre condicionantes jurídicos e políticos no processo. Como 57% do total dos memes analisados eram Pró-Prisão de Lula (cf. gráfico 1), podemos acreditar que esta ênfase na imagem do ex-presidente Lula ocorreu devido ao enquadramento antipetista, marcado por uma forte rejeição ao PT e a seu principal líder, Luiz Inácio Lula da Silva.

Ainda que estes números nos levem a algumas críticas de que a conversação por memes nas plataformas de mídias sociais seria rasa, desprovida de argumentos técnicos e factuais, baseada apenas em preconceitos e piadas, não devemos tratar os memes políticos de forma maniqueísta. Não se trata de condená-los ou defendê-los, mas de perceber que, de fato, eles podem retratar realidades de polarização, baixo engajamento por argumentos, e radicalização entre a população no geral.

Cabe também menção às diferenças entre as referências à cultura pop: as referências à estrangeira tiveram 9,48% das menções enquanto à brasileira, 5,41%. A princípio, isto nos mostra que a memesfera brasileira é em algum grau globalizada e letrada em uma cultura pop internacional. Como bem observado por Shifman (2014), o fenômeno dos memes não está alheio à globalização. Ainda que existam memes locais,

restritos aos usuários de localizações geográficas específicas, é possível verificar uma tendência de desterritorialização dos memes na Internet. Isto se deve não apenas às facilidades da tecnologia na rápida propagação de dados no plano transnacional mas sobretudo às conexões que os indivíduos fizeram com culturas de outros países, haja vista que a Internet é, tecnicamente, aberta e internacional. Percebe-se que ao serem importados em um país, memes estrangeiros são adequados às realidades locais, reforçando que não há homogeneização mas sim pleno intercâmbio cultural.

Os atores locais na internet combinariam influências estrangeiras e nacionais na criação de culturas híbridas (SHIFMAN, 2014, p.154). Alguns autores acreditam que a globalização não passa na verdade de ocidentalização e, de modo mais específico, americanização, em uma forma contemporânea do imperialismo norte-americano. Não obstante, a globalização praticada por usuários da Internet é um fenômeno que não passa diretamente pelo comércio e pela mediação de corporações: ela acontece em fluxos naturais e contribui para a travessia de fronteiras internacionais no digital.

A ideia de “americanização”, ao invés de globalização, parece fazer sentido porque grande parte dos memes contabilizados como sendo “cultura pop estrangeira” são referências às produções norte-americanas, ainda que encontremos algumas exceções que nos mostram que há uma penetração de outras culturas no Brasil, como as asiáticas (Figuras 23 e 24). Isto reforça a ideia de que os memes podem expressar e reforçar identidades coletivas e coadunar o que anteriormente chamamos de nicho de memes, isto é, comunidades que produzem um sentido específico por meio dos memes que criam e compartilham.



Figura 23 - “Girlgroups”.Fonte: Twitter



Figura 24- Naruto.Fonte: Twitter

A distribuição das categorias de conteúdo pode ser vista abaixo na tabela 5, em ordem crescente de importância, conforme o disposto antes na tabela 4.

Categoria	Pró-Prisão de Lula (número de ocorrências e porcentagem)	Contra a prisão de Lula (número de ocorrências e porcentagem)	Indefinido (número de ocorrências e porcentagem)
Economia	3 (0,38%)	2 (0,50%)	0 (0,00%)
Direita e conservadorismo	3 (0,38%)	6 (1,50%)	1 (0,26%)
Militares	7 (0,90%)	5 (1,25%)	0 (0,00%)
Mídia	10 (1,28%)	5 (1,25%)	4 (1,02%)
História	13 (1,66%)	9 (2,26%)	0 (0,00%)
Esquerda	23 (2,94%)	3 (0,75%)	0 (0,00%)
Política Internacional	24 (3,07%)	3 (0,75%)	1 (0,26%)
Questão Social	12 (1,53%)	18 (4,51%)	1 (0,26%)
Corrupção	26 (3,32%)	16 (4,01%)	2 (0,51%)
Minorias	23 (2,94%)	13 (3,26%)	11 (2,81%)
Eleições de 2018	16 (2,05%)	26 (6,52%)	11 (2,81%)
Partido dos Trabalhadores (PT) e petistas	59 (7,54%)	10 (2,51%)	4 (1,02%)
Brasil	50 (6,39%)	22 (5,51%)	9 (2,30%)
Cultura pop brasileira	30 (3,84%)	18 (4,51%)	37 (9,46%)
Classe política brasileira não pertencente ao PT	45 (5,75%)	70 (17,54%)	21 (5,37%)
Justiça e Judiciário	78 (9,97%)	56 (14,04%)	11 (2,81%)
Cultura pop estrangeira	42 (5,37%)	30 (7,52%)	77 (19,69%)
Memes Situacionais	29 (3,71%)	20 (5,01%)	113 (28,90%)
Lula (figura)	96 (12,28%)	39 (9,77%)	45 (11,51%)
Prisão de Lula e Lula preso	193 (24,68%)	28 (7,02%)	43 (11,00%)

Tabela 5– Conteúdo por posicionamento. Fonte: Elaboração própria

Sem grandes surpresas, no enquadramento a favor da prisão de Lula, a maior parte dos memes foi sobre a execução da pena do ex-presidente (24,68%), antes mesmo que ela ocorresse. Percebeu-se grande antecipação e torcida por parte destes cidadãos para

que Lula fosse preso, desde janeiro, quando condenado em segunda instância no Tribunal Regional da 4ª Região. É relevante também notar a presença de memes sobre o “personagem” Lula (12,28%), que foi alvo de grande zombaria e sarcasmo por parte destes internautas. Ademais, neste enquadramento, 7,54% dos memes falam sobre o PT e os petistas, o que reforça a tese do antipetismo e, recorrendo a Dias (2017) na ideia de enquadramento diagnóstico, a noção de que o Partido dos Trabalhadores seria o maior “inimigo” destes brasileiros nacionalistas, que utilizaram em 6,39% de seus memes referências ao Brasil; o que foi, de fato, a menção mais alta ao país entre os 3 grupos.

Os atores contrários à prisão de Lula foram os que mais criaram e replicaram conteúdo sobre “políticos não pertencentes ao PT”, com 17,54% do total da amostra. Em um clima de tensão, revolta e pesar, é compreensível que os apoiadores de Lula fizessem poucas piadas situacionais (5,01%). Chama também a atenção o fato de que, dentre os três enquadramentos analisados, os memes sobre as eleições de 2018 mais apareceram na amostra do grupo pró-Lula (6,52% do total). Isto demonstra, sobremaneira, a associação feita por parte dos usuários de que o julgamento de Lula foi uma tentativa de impedir o ex-presidente de disputar novamente as eleições.

Ademais, é considerável a quantidade de postagens sobre a Justiça e o Judiciário (14,04 % do total). Estes memes apontaram as incongruências da Justiça brasileira, de acordo com a visão dos internautas pró-lulistas. Para os cidadãos favoráveis ao ex-presidente petista, a justiça é parcial quando condena Lula com grande celeridade e deixa de julgar políticos de outros partidos como os emedebistas Renan Calheiros, Michel Temer, Romero Jucá e os peessedebistas José Serra, Aécio Neves e Geraldo Alckmin, como percebemos na Figura 25.



Figura 25 - “Acima da Lei”. Fonte: Twitter

A crítica daqueles que contestam a prisão de Lula vai então no sentido de ironizar o combate seletivo à corrupção que teria se instaurado com a operação Lava Jato. Isso é percebido nos irônicos memes sobre os dias seguintes à condenação e depois prisão de Lula, que mostram um Brasil lindo, idílico, sem corrupção ou pobreza e com o dólar valendo “um real”, como nas Figuras 26 e 27, que apresentam a ideia de mimese, já que ambos os tweets apresentam o mesmo meme.



Figura 26 - Paraíso 1. Fonte: Twitter



Figura 27- Paraíso 2. Fonte: Twitter



Figura 28 - Comensais da Morte. Fonte: Twitter

No caso da figura 28, no nicho de memes sobre o universo de “Harry Potter”, é expresso um juízo de valores que compararia a decisão dos ministros do STF de não

conceder o *habeas corpus* a Lula a uma reunião de Comensais da Morte, personagens vis do universo de J.K.Rowling¹⁵.

No caso dos memes indefinidos, chama a atenção, em termos de conteúdo, a presença dos memes situacionais, que chegam a 28,9% da amostra. Como a indefinição está associada à zoeira, como veremos a seguir na sessão sobre “postura”, a recorrência de temas mais sérios como Justiça e Judiciário, Corrupção e as Eleições de 2018 é baixa. De fato, estes são os memes com o menor grau de explicitação quanto às preferências políticas, como veremos adiante.

As referências à cultura pop estrangeira mais uma vez saltam aos olhos: neste caso, representam quase 20% do total dos memes, contra 9% de memes sobre a cultura brasileira. Alguns destes complexos midiáticos, favorecidos pela celeridade dos fenômenos digitais, transcendem fronteiras físicas e passam a adquirir um caráter de reconhecimento internacional. Embora aconteça essa globalização na cultura digital, isto não quer dizer que as características locais sejam perdidas. Lunardi (2017) advoga que os brasileiros têm um estilo único de usar memes na mídias sociais o que, para ela, ajuda a construir uma identidade cultural nacional no que tange à “zoeira” dos brasileiros.

Abaixo (Figuras 29,30,31), vemos exemplos de adaptação de uma situação – o julgamento do Habeas Corpus de Lula no STF – para a construção de piadas. É necessário destacar que os usuários não chegam à Internet tendo o mesmo nível de capital político. Os níveis de engajamento, perfis de consumo, interesse por política e acesso à informação são heterogêneos, como bem pontuado por Santos e Chagas (2017). A relação do cidadão médio com essas tecnologias é, portanto, variável (SANTOS e CHAGAS, 2017, p.6). Neste sentido, para a produção de memes situacionais, pode-se indagar se o cidadão tem conhecimentos mais aprofundados sobre o conteúdo do meme ou se ele realmente só quer se divertir. No caso do STF, parece ser razoável crer que a maioria da população não acompanha com frequência os julgamentos do tribunal e portanto, quando se deparou com a seriedade, o traje dos ministros e com a demora dos procedimentos, viu-se diante de um motivo para piada. Em resposta ao meme indefinido – se pró ou contrário a Lula - que compara a ministra Cármen Lúcia e a Professora McGonagall do Harry Potter, foi postado como réplica um meme que se baseia numa foto dos “togados” para compará-los a bruxos do universo da série de filmes Harry Potter.

¹⁵ J.K.Rowling é a escritora da série ficcional de livros Harry Potter.



Figura 29- McGonagall.Fonte Twitter



Figura 30 – Togados do STF. Fonte: Twitter



Figura 31 - SBT. Fonte: Twitter.

No caso acima (Figura 31), há uma referência a um programa de tv consagrado da cultura pop brasileira, o de Sílvio Santos. O humor é evocado pela condição de incongruência apresentada (TABACARU,2015), no qual é cômico ver os ministros do STF no estúdio do programa de Sílvio. Em contraponto ao meme anterior, mais abrangente, alguns memes sobre a cultura pop brasileira reforçam a ideia de nichos específicos, ao referenciar personagens de segmentos específicos do entretenimento, como a cantora *drag queen* Pablo Vittar (Figura 32), conhecida dentro do nicho LGBT, e o personagem Maurílio dos Anjos, motorista de van da web série Choque de Cultura (Figura 33)



Figura 32 - Pablo Vittar. Fonte: Twitter



Figura 33- Choque de Cultura. Fonte: Twitter

Vale ressaltar que postar imagens do desenho animado Bob Esponja, com referência ao personagem Lula Molusco, tornou-se um comportamento memético, que pôde ser observado 31 vezes na amostra total, ocorrendo de formas diferentes nos três grupos de memes analisados. Na figura 34, é possível perceber a intenção de zombar de Lula, dada a remixagem com uma foto de Lula chorando enquanto é preso. Na figura 35, entretanto, o meme com o personagem Patrick do Bob Esponja demonstra apoio e afeto ao político petista ao passo que na Figura 36, não é notado um posicionamento explícito sobre o julgamento de Lula. Ainda, poderíamos mencionar a Figura 5 (cf. p.56), que também brinca com a ideia de remixagem ao acrescentar policiais federais na frente da casa do personagem Lula Molusco.



Figura 34 - Lula no Bob Esponja. Fonte: Twitter



Figura 35- Patrick. Fonte: Twitter



Figura 36 - **Lula Molusco**. Fonte: Twitter

6.2 - Aspecto 2: Postura

Ao examinar os memes sob a perspectiva da postura, foi possível alcançar os objetivos desta pesquisa de analisar tons como o sarcasmo, a ironia, a ofensa e o humor nos memes em um contexto contencioso. Tweets com um teor mais literal, ainda que pudessem indicar comportamentos meméticos e portanto serem considerados memes de ação popular, não foram incluídos no corpo de análise. Tendo em mente que a polarização leva a mais violência em ataques online (LATTMAN-WELTMAN,2015), o que se buscou aqui foi medir o uso de tons mais ou menos agressivos, além do nível de engajamento cívico no debate, posicionando-se ou não em um dos polos. Em decorrência disso, a atenção dada à função emotiva – a que foca no emissor - (JAKOBSON apud SHIFMAN,2014) dos memes foi menor se comparada ao sarcasmo, ironia, ofensa e humor destas mídias.

É por isto que na categoria “afeto” o número é tão baixo. Se os memes de ação popular tivessem sido incluídos na análise, a quantidade de memes com “afeto” certamente aumentaria, dada a literalidade deste tipo de meme. A finalidade do meme de ação popular (*grassroots action*) (SHIFMAN,2014) é, segundo interpretado por Chagas (2016), a de demonstrar engajamento ao próximo. Numa dinâmica de ação coletiva, solidária e emergente (CHAGAS, 2016, p.10), o conteúdo dos memes de ação popular sofre modificações que agregam versões individuais e personalizadas dos participantes: o indivíduo, ao decidir participar, age orientado pelo contexto mas com grande poder de

agência e autonomia, sem ter sido ordenado por um líder formal, como na lógica clássica da ação coletiva.

O caso dos memes de discussão pública (SHIFMAN, 2014, p.123) é interessante porque estes são os mais autossuficientes (CHAGAS, 2016, p.10). A sua função premente é a de “familiarizar e socializar o próximo e a si mesmo com o universo da política” (ibidem). É o desejo do indivíduo de participar, de uma forma ou de outra, de um debate com proporções mais amplas. Assim, seja apresentando razões de cunho político para atacar um político – como a proposta de Reforma da Previdência apresentada pelo governo Michel Temer – ou detendo-se em detalhes estritamente estéticos – como a semelhança de Temer com o idoso Drácula de Bram Stoker – o cidadão lança-se na ágora digital para, se não para discutir, ao menos comentar sobre política ou políticos.

Na tabela 6, dividimos as categorias de postura quanto aos oito tons encontrados nos memes. As categorias foram dispostas de acordo com a ordem de importância, em sentido crescente.

Tabela 6 – Categorias de Postura

Postura (tom usado)	Descrição	Número total de ocorrências (porcentagem)
Pesar	Posts que demonstraram o sentimento de tristeza. Imagens que mostravam choro, pessoas cabisbaixas, mas de um jeito literal, sem a intenção de ser sarcástico.	11 (0,78%)
Afeto	Expressão de afeto e carinho, através do emprego de elogios e símbolos como o coração.	14 (0,99%)
Violência	Posts que apresentam especificamente apologia e incentivo à violência física – lesão corporal, assassinato e apologias ao estupro e assédio sexual. A categoria “ofensa” é voltada apenas para insultos e acusações verbais.	36 (2,56%)
Comemoração	Expressão de comemoração e felicidade, riso que indica satisfação.	44 (3,13%)
Ironia	Emprego de enunciados irônicos. A ironia e o eufemismo são mais sutis que o sarcasmo.	164 (11,65%)
Ofensa	Xingamentos, acusações ofensivas, uso de palavrões, tentativas de ofender outrem.	165 (11,72%)
Zoeira	Brincadeiras, apelo ao humor e ao cômico, ao <i>nonsense</i> , ao burlesco, sátiras. O tom usado é menos contundente que o do sarcasmo e da ironia.	415 (29,47%)
Sarcasmo	Memes com estilo sarcástico e/ou hiperbólico. O sarcasmo é uma forma mais contundente de ironia e a hipérbole, também irreal, é marcada pelo exagero.	559 (39,70%)

Tabela 6– Categorias de Postura. Fonte: elaboração própria.

De início, percebemos que estamos diante de um conteúdo majoritariamente sarcástico (39,70%), cômico (29,47%), ofensivo (11,72%) e irônico (11,65%). Ocorreram, contudo, intersecções entre as categorias de tons usados. A ofensa e a zoeira, por exemplo, acompanharam o sarcasmo em muitos casos.

Para fins de separação entre sarcasmo e ironia, conceitos tão próximos e difíceis de discernir, seguimos o entendimento de Averbeck (2013, p.49) apud Tabacaru (2015, p.124), de que a distinção fundamental entre ironia e sarcasmo residiria no fato de que aquela não explicitaria seu alvo ao passo que este seria mais crítico e claro ao identificar o destinatário do ataque. Assim, o meme abaixo (Figura 37) foi considerado irônico e a Figura 38, sarcástica.



Figura 37- Empoderamento. Fonte: Twitter



Figura 38- Caravana. Fonte: Twitter

6.2.1 - Violência e ofensa nos memes

A produção de enquadramentos por meio do preconceito e da insensibilidade figura – ainda que em menor medida - entre os memes coletados no decorrer do processo penal de Lula. A intolerância é expressa como forma de piada. Entender o uso de tons agressivos em contextos de polarização é útil para medir a qualidade das conversas informais nas arenas online. Ao se levar em conta que os indivíduos que se portam de forma hostil nas plataformas de mídias sociais são cidadãos reais e possíveis eleitores, esse debate pode ajudar a compreender como a polarização discursiva e ideológica tem seus impactos offline.

O sarcasmo, muitas vezes ferino, consegue seu efeito humorístico e risível quando o seu receptor age com insensibilidade (BATISTA e CAVALCANTE, 2015). As pessoas demonstram uma inteligência que se separa, ao menos no momento do riso sarcástico, dos sentimentos e da empatia. É então por meio do constrangimento alheio que o sarcasmo faz sucesso e provoca o riso, como bem pontuado por Bergson (1983, pp.3 e 4). Para Freire (2017, p.18), quem utiliza esse tipo de humor agressivo precisa “eleger uma vítima ou apontar algum defeito no outro. É o caso dos memes que se ancoram em preconceitos de caráter homofóbico, racista, sexista, entre outros.” É o que percebemos no meme abaixo (Figura 39), classificado na categoria “violência” e que expressa apologia ao estupro, com referências que tem um fundo homofóbico e racista.



Figura 39- Apologia ao estupro. Fonte: Twitter

Como já vimos, muito do humor vem pela concepção do remetente da mensagem de que ele é superior aos demais, sobretudo em piadas mais corrosivas. Assim, o escárnio, a sátira, a desconstrução de outrem, como um adversário político, gera no indivíduo a ideia de que ele é diferente do seu alvo. Trata-se de um, ou de seu grupo, contra “eles”, os “outros”, que são inferiores, carecem das características ideais, e portanto são passíveis de serem objeto de chiste. Argumento, portanto, que os memes podem nos ajudar a compreender a construção do antagonismo em contextos de polarização política. Postar uma fotografia do Lula rindo e escrever sarcasticamente um tweet que expresse comemoração pela condenação de Lula funciona como uma espécie de vingança pessoal de alguns cidadãos contra o ex-presidente petista. Percebe-se o insulto sarcástico como catarse e escoamento de raiva, frustrações e alegria.

Percebe-se que, por vezes (11,45%, cf. categoria “Lula (figura)” na tabela 4), a menção a Lula contida nos memes não é relacionada a aspectos duros e formais da política, como escolhas políticas do governo de Lula, indicadores socioeconômicos, programas sociais e políticas públicas desenvolvidas. No que tange às críticas ao ex-presidente, parte considerável delas foi feita em muitos casos como insulto a características pessoais de Lula, demonstrando preconceito contra seu passado e tensionando pontos como a sua origem pobre e baixa escolaridade – Lula é retratado como analfabeto em alguns memes –, o acidente de trabalho que resultou na perda de seu dedo mindinho na mão esquerda – que é indicado por opositores como tendo sido causado propositalmente por Lula para que ele se aposentasse por invalidez – e associação ao alcoolismo, em memes que retratam Lula como um apreciador de bebidas alcoólicas.

Dois casos de ofensa (Figuras 40 e 41) e violência (Figura 40) podem ser vistos abaixo. A frase “Eu Sou Ladrão e Vacilão” na testa dos políticos é uma referência a um episódio cruel de tortura contra um adolescente menor infrator¹⁶, que teve sua testa tatuada com estes dizeres. O meme foi duplamente classificado nas categorias “violência” e “ofensa”.

¹⁶ Em <https://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2018/02/justica-condena-dupla-que-tatuou-testa-de-adolescente-em-sao-paulo.html>. Acesso em agosto de 2018.



Figura 40- Ladrão e Vacilão. Fonte: Twitter



Figura 41- Ratos. Fonte: Twitter

6.2.2 - Diferenças entre os três grupos

Na tabela 7, separamos os diferentes tipos de postura por enquadramento – prisão de Lula, contrários ou indefinidos em relação a ela.

Postura (tom usado)	Pró-Prisão de Lula. Número de ocorrências (porcentagem)	Contra a prisão de Lula. Número de ocorrências (porcentagem)	Indefinido. Número de ocorrências (porcentagem)
Pesar	0 (0,00%)	9 (3,36%)	2 (0,59%)
Afeto	1 (0,12%)	12 (4,48%)	1 (0,30%)
Violência	35 (4,36%)	0 (0,00%)	1 (0,30%)
Comemoração	44 (5,49%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
Ironia	55 (6,86%)	59 (22,01%)	50 (14,79%)
Ofensa	136 (16,96%)	21 (7,84%)	8 (2,37%)
Zoeira	134 (16,71%)	43 (16,04%)	238 (70,41%)
Sarcasmo	397 (49,50%)	124 (46,27%)	38 (11,24%)

Tabela 7- Postura por posicionamentos. Fonte: Elaboração Própria

Os memes que se apresentaram como pró-prisão de Lula foram campeões no uso do sarcasmo (49,50%) e da ofensa (16,96%). Foi considerada ofensa a intenção deliberada de insultar outra pessoa – mormente, o ex-presidente Lula (Figura 42) e seus apoiadores (Figura 43).



Figura 42– Lixo da história. Fonte: Twitter



Figura 43- Alfafa. Fonte: Twitter

Ainda que não seja surpreendente, cabe destacar que o único grupo no qual foram encontrados memes com a postura de comemoração foi no pró-prisão de Lula. Obviamente, os defensores de Lula não teriam motivos para comemorar e os “indefinidos” não teriam sido classificados como indefinidos se comemorassem. De forma semelhante, a incidência dos tons de afeto e pesar restringiram-se basicamente ao enquadramento contrário à prisão de Lula. O afeto ao ex-presidente foi percebido em 4,48% dos memes, que exaltaram qualidades de Lula. O pesar teve uma ocorrência menor mas inclui memes carregados de frustração e revolta quanto à condenação do líder petista.

Entre os contrários à prisão de Lula, foi perceptível não só o uso alto do sarcasmo (46,27%) mas também um emprego significativo da ironia (22%), que, como já apresentado, é mais branda que enunciados sarcásticos (TABACARU, 2015; GONÇALVES et al., 2015). No tipo de ironia encontrada nos memes defensores de Lula, o tom é muito mais amargo e passa longe do cômico. Isso pode ser percebido no meme abaixo (Figura 44), da deputada federal Erika Kokay (PT-DF) que parece ter se reapropriado das imagens que mostram a mão com o dedo amputado de Lula, não para zombar do ex-presidente, como os memes pró-prisão de Lula fizeram (Figura 45), mas sim para defender Lula e seus feitos. Vale mencionar que os memes contrários à prisão de Lula foram menos ofensivos que o do lado rival, o que mostra as diferenças nas motivações entre enquadramentos (DIAS, 2017), já que, no caso do grupo pró-prisão de Lula, o ódio ao Partido dos Trabalhadores é muito explícito. Para os que defendem Lula, a ofensa foi dirigida sobretudo ao judiciário brasileiro — principalmente aos

desembargadores do TRF4, ao juiz Moro, Cármen Lúcia, e aos políticos não pertencentes ao PT que seriam protegidos da Justiça (Figura 46).

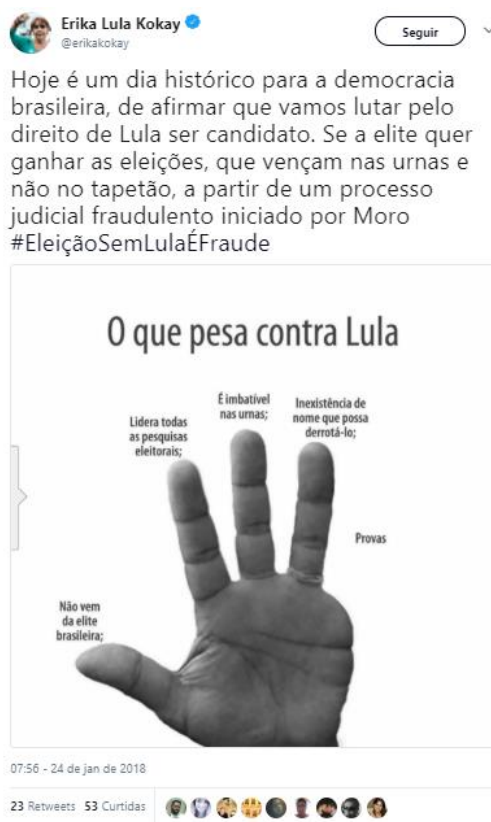


Figura 44 - Dedos 1. Fonte: Twitter¹⁷



Figura 45 - Dedos 2. Fonte: Twitter

¹⁷ A imagem não passou pela anonimização devido ao fato da deputada federal Erika Kokay ser uma pessoa pública.

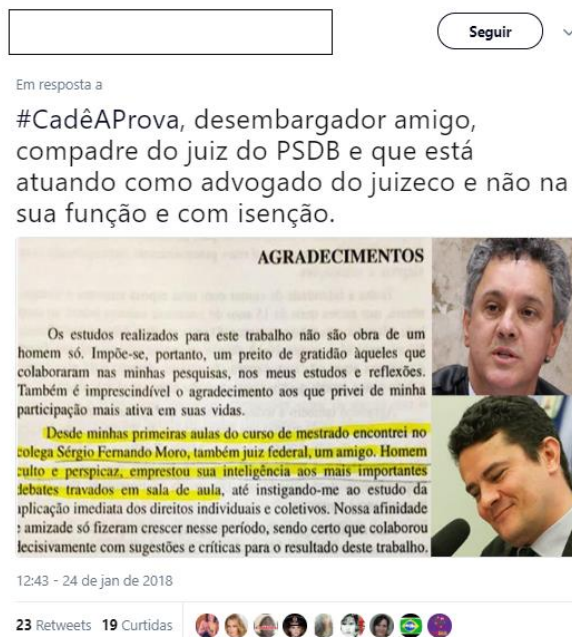


Figura 46 – Juiz do PSDB. Fonte: Twitter

No caso dos memes de posição política indefinida, foi massiva a utilização da zoeira enquanto postura, tendo figurado entre 70,41 % dos memes. Considerou-se como zoeira a clara intenção de fazer piadas situacionais; sátiras e brincadeiras em tom jocoso. Assim, ainda que haja a presença de sarcasmo em memes enquadrados como zoeira, o que sobressai é a intenção de ser engraçado (figuras 47, 48, 49) em detrimento de críticas mais contundentes. Sob análises mais detalhadas, é, contudo, possível perceber algumas nuances de crítica, como na figura 49, no qual Gilmar Mendes (Saidaka Deiya) é satirizado como se o evento da prisão de Lula (Rura) ocorresse no Japão e ele mandasse soltar o ex-presidente, o que pode servir como a uma crítica à postura do Ministro do STF, criticado por solturas polêmicas e considerado por muitos como “amigo e protetor” de políticos.

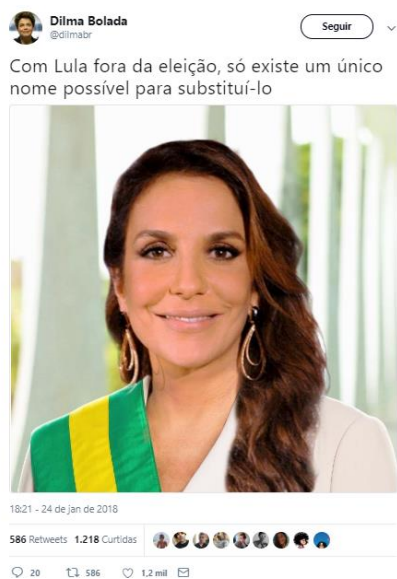


Figura 47– Ivet Sangalo. Fonte: Twitter¹⁸



Figura 48- Lulheinz. Fonte: Twitter

¹⁸ O tweet do perfil Dilma Bolada não foi anonimizado por tratar-se de um perfil público especializado em humor.



Figura 49- Gilmar Mendes japonês. Fonte: Twitter

A relação entre a ironia, o sarcasmo e a zoeira é a da liminaridade (CHAGAS,2016, p.12). Este caráter limítrofe entre o que se diz e o que realmente se intenciona falar, criando “sentidos e realidades em paralelo, acrescentando ao possível o impalatável, e, em última instância, desestabilizando o real com múltiplas possibilidades” é o responsável por conferir à ironia, forma de argumentação já presente em Sócrates (COSTA, 2017), o seu aspecto lúdico. Desta sorte, o potencial criativo do jogo duplo – marcado pela ambivalência (TABACARU,2015) - seria expresso por meio da “superposição de diferentes camadas semânticas de uma mesma mensagem” (CHAGAS,2016, p.12).

Para entendermos a zoeira, vale remontar a Knobel e Lankshear (2007). Os autores apresentam como as principais características que contribuem para a disseminação de um meme da Internet o humor, a intertextualidade e a justaposição. Sobre o humor, Gambarato e Komesu defendem que

O humor apresenta-se como um elemento particularmente relevante na análise porque o humor (a) facilita a difusão do conteúdo, (b) chama a atenção do público, (c) pode inspirar sentimentos positivos e aliviar tensões, apesar da mensagem crítica que pode transmitir (Chagas et al., 2015; Shifman, 2013b) e (d) contribuem para a construção de identidades coletivas e experiências de alfabetização compartilhada (Knobel & Lankshear, 2007). (GAMBARATO e KOMESU, 2018,p.15)

O uso de textos multimodais, intertextuais, dá significado para o pertencimento em um grupo, servindo como uma referência para entendimentos compartilhados de humor (KNOBEL e LANKSHEAR, 2007, p.176). Conforme expõe Dynel (2016, p.662), “os memes da Internet abrangem vários formatos, por exemplo, vídeos, arquivos GIF, fotografias e desenhos, acompanhados ou não de texto.” De acordo com a análise de Guerreiro e Soares (2016), é característica da pós-modernidade a multimodalidade da linguagem, o que significa considerar que diferentes modais semióticos juntam-se para criar novos discursos, em novos formatos e fontes textuais (p. 188).

Por sua vez, a justaposição – que é a sobreposição de imagens e textos - pode ser entendida ao se pensar que “na mídia digital, remixar um meme da Internet significaria adicionar informações a ele. Esse processo permite que o objeto de mídia único e original se transforme em um meme da Internet ” (CANNIZZARO, 2016, p. 574).

6.3 Argumentos Exploratórios

Em linhas gerais, os memes de discussão pública analisados neste trabalho não apresentam argumentos e nem provimento de razões de forma explícita. Entretanto, ao considerarmos a ironia como ambivalente portadora de um dito e um não dito (ALVES, 2011), é possível pensar que ela carrega um sentido argumentativo, como na ironia socrática (COSTA, 2017). Desta forma, os memes podem ser percebidos como enunciados e textos carregados de sentidos. Entendemos que não é a intenção inicial dos criadores dos memes provocar uma séria discussão com apresentação de argumentos e contra argumentos. Contudo, estas mídias apresentam, de forma mais ou menos explícita, pontos de vista – ainda que o ponto de vista seja “não ter um ponto de vista”, isto é, o posicionamento neutro e isento.

Ressalta-se que a escolha da imagem é essencial para a construção do meme. Quando se trata de um meme sobre um político, sobre uma pessoa pública, grande parte do humor do meme depende da fotografia ou imagem escolhida. Assim, é comum encontrar nos memes fotografias que pegaram ângulos ruins e expressões engraçadas ou feias das pessoas. Em alguns casos, a captação do sarcasmo só é possível com a análise conjunta do texto e da imagem (SCHIFANELLA et al., 2016). É o caso da Figura 50, cujo texto é sério, literal, mas com a imagem do ex-deputado federal Paulo Maluf rindo, é explicitada a intenção sarcástica do autor.



Figura 50- Maluf. Fonte: Twitter

O apelo dos memes, seja ele cômico, sarcástico, lúdico ou contestador, pode levar a diversos desdobramentos psicossociais. A reação provocada pelos memes, o riso causado, a decisão por compartilhar com as redes de contatos dizem muito sobre nós enquanto indivíduos sociais. Ainda que não tenhamos analisado o alcance destes memes (RECUERO,2007), por sua propagação, é fato que o ato de *retweetar* um meme faz com que o usuário que retweetou esteja referendando e passando adiante aquele meme.

Alguns poucos memes favoráveis à prisão de Lula são claros na intenção de seus autores em expressar a ressalva de que não querem apenas a prisão de Lula, mas também a de outros políticos. Este é um enquadramento específico e minoritário, no qual o cidadão, apesar de demonstrar contentamento com a decisão de prender Lula após a condenação em segunda instância, ainda não se mostra satisfeito e anseia pela prisão dos “próximos”. Os próximos podem ser políticos do Partido dos Trabalhadores, da esquerda, ou de outros partidos como o PSDB e MDB. Aécio Neves, Renan Calheiros, Michel Temer, Romero Jucá, Moreira Franco aparecem como políticos que devem ser investigados, condenados e eventualmente presos (figuras 51 e 52).

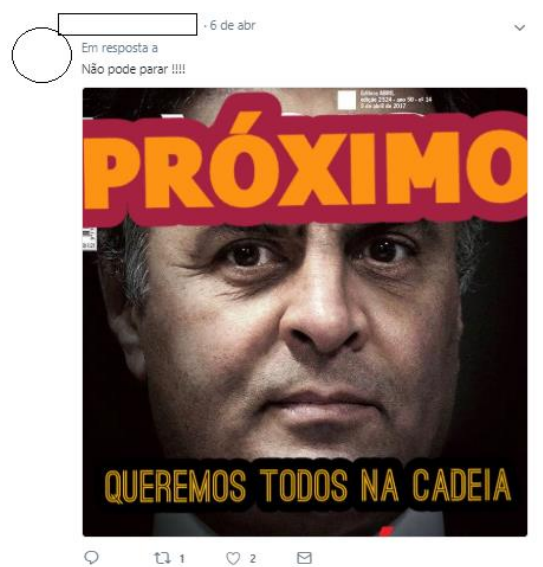


Figura 51- Aécio Neves. Fonte: Twitter



Figura 52- Os “próximos”. Fonte: Twitter

Como já visto, a maior ocorrência de memes foi registrada do lado que se posicionou a favor da condenação de Lula. No que tange à postura (*stance*) dos memes, eles empregaram intensamente recursos linguísticos como a ironia, o sarcasmo, a ofensa.

O lado que defendia Lula não teria tantos motivos para fazer piada e satirizar, haja vista que, ao se declarar a favor de Lula – e com Lula, como muitos tweets demonstraram – este grupo de internautas acabou por sofrer a derrota política junto ao ex-presidente da República. Em decorrência disto, o tom usado por eles foi muito mais sério e amargo,

distante tanto das sátiras ofensivas e sarcásticas – por vezes agressivas e preconceituosas – do lado antilulista, como das piadas situacionais do lado que se mostrou indefinido e neutro quanto a “condenar” ou defender Lula.

Uma das práticas dos memes que defendiam Lula era apontar para qualidades, carisma e a boa imagem do ex-presidente, em fotografias que mostravam sua simpatia e bom humor. Frequentemente, o tom usado para falar de Lula é muito afetuoso, demonstrando o carinho que muitos cidadãos têm por ele. Gambarato e Komesu (2018, p.13) ponderam que: “As pessoas muitas vezes recorrem à cultura e ao humor populares para encontrar respostas aos dilemas da sociedade (RUSHKOFF, 1997, p. 68) e, desde o início de 2010, o meme da Internet é uma das maneiras pelas quais as pessoas abordam tais questões”. (BÖRZSEI, 2013)

Desta maneira, do ponto de vista dos antipetistas, os memes serviram para expressar principalmente escárnio. Na perspectiva dos que apoiaram Lula, os memes serviram não só como canal para escoar raiva e frustrações com o Judiciário brasileiro, que teria condenado Lula sem provas, mas também, em alguma medida, para refletir o saudosismo do ex-presidente da República.

O apoio ao ex-presidente foi expresso em hashtags como #SomosMilhõesdeLula, #EuSouLula e #OcupaSãoBernardo, que poderiam ser encaradas como memes de ação popular (*grassroots action*), conceito de Shifman (2014), também usado por Sarmento e Chagas (2017) para tratar de ações coletivas que baseiam-se em comportamentos meméticos, como o #BelaRecatadaeDoLar, o #IceBucketChallenge¹⁹ (Desafio do Balde de Gelo), e #BlackLivesMatter (Vidas Negras Importam). No caso dos memes de ação popular, o objetivo é, para além de divulgar uma ideia e sentir-se participante de uma campanha, externar apoio aos demais participantes, em uma espécie de “corrente” em prol de uma causa.

Mas a indexação por hashtags foi também usada de forma contenciosa. O emprego do sarcasmo pôde ser percebido na hashtag #CadeiaSemLulaÉFraude, que ironizava a original #EleiçãoSemLulaÉFraude, mostrando a disputa entre enquadramentos

¹⁹ Campanha viral e memética que ocorreu na Internet em 2014 como forma de divulgar uma campanha de doação para pesquisas sobre a Esclerose Lateral Amiotrófica, doença degenerativa. Os internautas eram desafiados por amigos a se gravarem tomando um banho de balde com gelo e postarem o vídeo nas mídias sociais.

contrários. Tal uso irônico de hashtags é uma prática das mídias sociais, como mostrado empiricamente por Schifanella et al. (2016)

No caso dos memes considerados indefinidos, alguns receberam essa classificação devido a sua ambiguidade. Não se sabe ao certo qual foi a intenção da pessoa que o criou ou reproduziu, portanto o conteúdo gera dupla interpretação. Não é possível saber com certeza qual o real significado e mensagem destes memes; se eles estão apenas rindo da situação, se estão sendo irônicos em relação a tudo, ou se, para além dos memes em questão, os indivíduos que os postaram situam-se em um dos dois lados da polarização. Tais dúvidas revelam mais a complexidade do fenômeno do que as certezas, mas podem nos ajudar a pensar em algumas hipóteses.

A primeira seria o uso desses memes, cujos enquadramentos não são claros, em termos de posição pró ou contra Lula, como válvula de frustração e descrença com os dois polos criados em torno deste debate do julgamento de Lula. Assim, para o indivíduo que está postando e repostando – portanto propagando – essas mídias, é possível que não seja factível defender nem condenar o ex-presidente Lula. Poderíamos pensar que o indivíduo acredita pouco no líder petista mas tampouco consiga comemorar a sua prisão como forma de solução dos problemas. A priori, este internauta não se sente representado por nenhum dos dois principais enquadramentos.

Conhecemos pouco desses cidadãos, não sabemos quais são suas opiniões, que poderiam estar explicitadas em tweets anteriores que não checamos, haja vista que o desenho de pesquisa utilizado neste trabalho não pressupõe a análise do contexto histórico das contas desses usuários do Twitter (RAJADESINGAN et al., 2015). Com o que temos em mãos, os memes postados, podemos inferir apenas o que estamos vendo, ou seja: por algum motivo, o indivíduo decidiu participar do debate por meio de uma brincadeira política (BENNETT, 1979 apud SANTOS e CHAGAS, 2017). Como mostrado por Santiago et. al (2017), durante o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff, outro momento de alta polarização, também foi observado que uma parcela expressiva de usuários do Twitter participou do debate com o termo “golpe” sem posicionar-se claramente em nenhum dos dois polos, optando pela zoeira. Ainda, 17,8% dos tweets indefinidos sobre o impeachment faziam referências a situações cotidianas dos usuários (SANTIAGO et al., 2017, p.14), o que se assemelha a categoria de memes situacionais aqui criada, responsável por 28,90% dos memes encontrados no grupo indefinido.

Os memes que servem como brincadeira política trazem em si diferentes estratégias linguísticas e semânticas, figuras de linguagem e mecanismos de comicidade. A brincadeira política “pode se tornar um agente de mudanças sociais, orientando novos arranjos institucionais em contextos de turbulência política”. Ela envolve um olhar mais centrado nas culturas políticas do que em seu viés institucional ou formal: “Quando os objetos de brincadeira estão sob controle de um player, a brincadeira se converte em um meio de satisfazer sua própria expressão pessoal” (BENNETT, 1979, p. 333, apud SANTOS e CHAGAS, 2017, p.8-9). A brincadeira política pressupõe então grande autonomia e poder de agência do indivíduo.

A ausência de hashtags nos tweets que contêm esses memes “em cima do muro” é digna de nota. Na pesquisa para a coleta de dados, essas imagens, sobremaneira, foram encontradas com a ferramenta de busca avançada apenas pelo termo Lula. O não etiquetamento desses tweets reforça ainda mais nossa hipótese de que houve uma deliberação desses atores indefinidos por não se declarar em nenhum dos lados da “batalha”.

Neste corpo de memes, sobressai também a recorrência de piadas – zoeira - com referências à cultura pop brasileira e estrangeira. Percebemos a frequência com que sátiras e *fanfics*²⁰ foram criadas, o que leva ainda mais a pensar que a indefinição faz significativo sucesso entre os usuários por ser divertida e leve – uma catarse coletiva. Para alguns usuários, o objetivo não era só brincar com a situação do julgamento de Lula mas aproveitar para rir internamente com os pares, em uma construção de sentido cômico que tem referenciais muito específicos, como piadas sobre campeonatos de futebol (Figura 53).

²⁰ *Fanfic* é a abreviação da expressão inglesa *fanfiction*, que significa “**ficção de fã**” na tradução literal para a língua portuguesa. Em <https://www.significados.com.br/fanfic/>



Figura 53 - SPFC. Fonte: Twitter

A menor incidência de sarcasmo, que, como já visto, é uma forma mais corrosiva de ironia, também nos aponta que o lado “indeciso” ou “neutro” foi menos agressivo, combativo e assertivo na produção de seus memes. O mais importante era justamente brincar com a situação, lançando mão de primorosos conhecimentos de edição de imagens, montagem, photoshop e - remontando a era pré-digital - abundância de criatividade e capacidade de criar sátiras.

Poderia se levantar o ponto de que tal comportamento de “ver o circo pegar fogo” enquanto se dá risada levaria a uma banalização do impacto – a curto, médio e longo prazo – deste evento que foi o julgamento do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Em um ano de definições importantes para o Brasil, com a realização das eleições estaduais e federais em outubro vindouro, a prisão e inelegibilidade de Lula certamente redefinem cenários do pleito. O ex-presidente, até a finalização desta monografia, é candidato à Presidência da República pelo PT e detém as preferências dos eleitores nas pesquisas de opinião.

Apesar da banalização de eventos sérios, como o julgamento do Lula, que os memes sobre política podem vir a gerar, e ainda que estas mídias sejam de destacada importância para a discussão pública e mensuração de percepções acerca da política, não devemos esquecer que eles são apenas uma fração, uma amostra, do que as pessoas escolhem expor na ágora digital. Destarte, não é seguro e nem honesto pressupor que eles geram banalização, alienação, pelo fato de que ao olhar apenas para os memes não é possível termos uma visão holística da opinião política destes cidadãos. Ainda que o riso

demonstre muito sobre nossas realidades sociais, não é acurado afirmar que o riso seja sempre sincero e verdadeiro: ele pode ser dissimulado, falso, apenas para fins de sobrevivência social em determinadas situações de possível adversidade.

Piadas e memes que façam referência a aspectos mais duros do julgamento de Lula, como o triplex, os crimes de lavagem de dinheiro e corrupção não são encontrados nos memes do grupo dos indefinidos. Tampouco são tecidas críticas a quadros do PT e de seus rivais – o PSDB, o MDB e os perpetradores do processo de impeachment contra Dilma Rousseff. Transparece, de fato, a escolha por piadas situacionais, por montagens, sátiras, ironias mais leves do que o sarcasmo ofensivo encontrado em um dos enquadramentos a favor ou contra Lula.

De qualquer forma, o que chama a atenção nesses atores políticos é a intenção de participar da discussão pública. Ainda que eles não estejam opinando diretamente com a apresentação de argumentos ou ao menos fornecendo signos nos memes que levassem à interpretação quanto o seu real enquadramento, fato é que eles estão inseridos em um debate muito mais amplo.

No caso abaixo (Figura 54), o meme transmite uma aparente negação tanto a Lula como a Jair Bolsonaro por parte do cidadão que o postou.



Figura 54– Harry Styles. Fonte: Twitter



Figura 55– Eu Prefiro Satanás. Fonte: Twitter

O meme apresentado na Figura 55 também foi classificado como “indefinido” porque o internauta não oferece indícios suficientes para inferirmos que defende Lula. É explícito que ela não quer que Bolsonaro seja presidente – preferindo votar em Satanás – mas não deixa claro se apoia ou não Lula. Faltam signos e referenciais para que cheguemos a uma conclusão.

Em alguns casos, há dúvida sobre o real sentido do meme. No caso abaixo (Figura 56), podemos nos indagar se a interpretação sugerida pelo autor é a que Cármen Lúcia, após ter votado contra a liberdade de Lula, compactua com a ida dos manifestantes à boate Bahamas de Oscar Maroni²¹, condenado por exploração sexual de mulheres, ou se ela reprova o estabelecimento. De qualquer forma, há uma incongruência entre a imagem, os signos e o que eles representam. O humor se dá justamente pela inadequação entre moral – representada na figura da Ministra Cármen Lúcia, presidente da instância máxima do Judiciário brasileiro – e o imoral, que é a menção a uma famosa casa noturna adulta em São Paulo.

²¹ O empresário Oscar Maroni, dono da boate Bahamas, em São Paulo foi condenado em 2011, em primeira instância, por favorecimento à prostituição. No julgamento de Lula, Maroni prometeu cervejas grátis quando Lula fosse preso, o que viralizou no Twitter junto a uma foto no qual ele aparece na frente do estabelecimento com uma mulher nua, exibida como troféu. Em <https://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2018/04/oscar-maroni-realiza-festa-em-comemoracao-a-prisao-de-lula.html> Acesso em agosto de 2018.

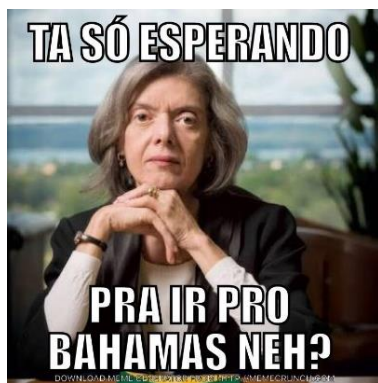


Figura 56– Bahamas. Fonte: Twitter.



Figura 57- Keating e Pope. Fonte: Twitter

O meme acima (Figura 57), postado pela conta humorística Dilma Bolada (@dilmabr), é interessante por dar a entender, de um jeito sutil, que os advogados que defenderam Lula não são suficientemente bons. O meme apela para a ficção na cultura pop estrangeira, ao embasar seu sentido nas séries norte americanas *How To Get Away With Murder* e *Scandal*, onde as protagonistas são respectivamente a advogada Annalise Keating, interpretada pela atriz Viola Davis, e a gerenciadora de crises políticas Olivia Pope, vivida por Kerry Washington. Nas séries, elas defendem réus e políticos em casos controversos mas sempre conseguem ganhar a causa de seus clientes. As duas séries de ficção têm diferentes universos, ainda que semelhantes, mas uma única criadora: a roteirista Shonda Rhimes. É por isso que alguns internautas juntaram as duas protagonistas no mesmo meme. Em um episódio que foi ao ar no dia 01 de março, houve

um crossover²² entre as séries, o que elevou ainda mais a empolgação dos espectadores, que em janeiro já sabiam do “choque” entre protagonistas, como visto nos memes postados no período.

Chama a atenção o poder atribuído a alguns atores políticos nos memes referentes ao julgamento de Lula. Percebe-se a atenção dada por parte do público a Sérgio Moro, que é mencionado em 74 memes, e ao deputado federal e candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro, que aparece 44 vezes nos memes. A Bolsonaro, é concedido o papel de salvador, de justiceiro mítico. Na ficção, Bolsonaro e Moro, ainda que não sejam policiais, podem prender Lula (Figura 58).



Figura 58– Bolsonaro e Moro. Fonte: Twitter.

Percebe-se, por fim, que os memes do julgamento do Lula, no geral, apresentam visões muito passionais e extremas sobre os fatos. Com a incidência de ofensas, textos sarcásticos e corrosivos, é visível que o antipetismo em muitos casos vem carregado de ódio contra Lula e o Partido dos Trabalhadores. Como já se esperava, a polarização e a agressividade dos discursos online, apontada por Lattman-Weltman (2015), pôde ser verificada no caso do julgamento do Lula, posto que o alto uso do sarcasmo nos mostra que a hostilidade entre enquadramentos diferentes é refletida nos memes políticos. Os

²² Crossover é uma junção entre mundos fictícios diferentes, em um filme ou telessérie. No caso, as personagens Annalise Keating e Olivia Pope se encontraram tanto em um episódio de *How to Get Away With Murder* como de *Scandal*. Em <http://cinepop.com.br/assista-videos-do-crossover-de-scandal-com-how-to-get-away-with-murder-166407>. Acesso em agosto de 2018.

memes, criados por alguém, são portadores de discursos que ainda que postados online, ecoam no offline e nas urnas. Foi possível perceber tendências expressivas, como a de que as referências feitas à cultura pop estrangeira apareceram mais que as brasileiras, o que demonstra que o público destes memes é um público atento aos signos internacionais da cultura popular.

Considerações Finais

Os confrontos entre memes de enquadramentos opostos passaram a fazer parte das disputas da democracia. Este trabalho parte do pressuposto de que é democrática a disputa de argumentos na arena pública digital. Mais ainda: o encontro plurívoco propiciado pelos memes políticos é benéfico para a democracia na medida em que faz com que diferentes visões de mundo se encontrem, de modo que os cidadãos possam sair momentaneamente de suas bolhas e ter contato com a realidade, que é a diversidade de perspectivas. Reconhecemos, no entanto, que alguns memes circulam apenas em uma subcultura, como uma piada interna contada para um grupo que pensa da mesma forma e, portanto, não há troca dialógica com o pensamento contrastante. Todavia, as piadas políticas, tão antigas como a humanidade, eram frequentemente contadas em reuniões privadas e intimistas de amigos com a mesma orientação política enquanto os memes, postados publicamente na esfera pública digital, estão expostos para milhões de indivíduos, inclusive com pensamentos divergentes (MILNER, 2016).

Como iluminado por Shifman, os memes políticos digitais têm um apelo visual muito mais forte que seus antecessores. Essa força da imagem permite uma conexão maior entre a política e a cultura pop, o que gera maior propagação do meme e engajamento dos indivíduos. Em contraste com as piadas - que também são memes no sentido seminal de Dawkins (1976) – que precisavam ser transmitidas oralmente, os memes na internet carregam uma complexidade muito maior: eles costumam ter diferentes camadas e intertextualidade e, portanto, podem ser interpretados de variadas maneiras, muitas vezes mais sutis que as piadas orais, marcadas por um clímax direto.

Ademais, esta cultura dos memes políticos pode também levar ao aumento da influência vinda de um nível *bottom-up*, da classe dos cidadãos para o topo, onde encontra-se a classe política dominante. Assim, ainda que o efeito prático de deliberação não seja tão claro, a memesfera cria arenas discursivas não tradicionais que possibilitam novas vertentes de participação e discussão política.

Para medir a real influência dos memes na formação de opinião e engajamento político, um outro desenho de pesquisa que incluísse a realização de entrevistas com internautas criadores e consumidores de memes se faria necessário. Com as entrevistas,

seria possível escutar estes cidadãos e buscar entender a relação que eles mesmos enxergam entre memes e política.

A pesquisa tem limitações metodológicas. O usuário que postou memes no julgamento do Lula se enxergaria como ativista? Qual seria sua relação com a cidadania? Isso é claro para eles? Apenas analisando os memes postados, não é possível saber. Seria necessário seguir os passos de autores que sugerem “ir além da timeline das mídias sociais para compreender as práticas digitais de organizações e ativistas” (GERBAUDO, 2012 apud DIAS, 2017, p.13). Ainda, Gerbaudo salienta que as práticas de mídia intervêm “preparando o terreno, montando a cena, para a reunião das pessoas em espaço público” (ibidem, p.27).

No caso dos memes, o terreno já não estaria fértil o suficiente para uma safra maior de contestação política, com mobilização nas ruas?

Uma possível agenda de pesquisa para a Ciência Política neste campo dos memes e uso do humor nas discussões políticas digitais seria a investigação sobre a possível participação em mobilizações offline e em protestos de ruas dos criadores destes memes e dos letrados nessa cultura digital. Ainda, cabe procurar entender se os memes poderiam levar a um efeito negativo para a democracia: despolitização e banalização de problemas políticos pela combinação banal da cultura pop e acontecimentos da política. A mera ridicularização dos políticos por meio de paródias e remixagens engraçadas levaria a perda de um senso crítico mais ativo? Rir de situações sérias e trágicas do mundo político levaria à aceitação passiva dessas situações, sem buscas reais por mudanças?

Seria interessante buscar a compreensão do que os criadores de memes políticos enxergam como memes – e o que não são memes – e o que os motiva a gastar tempo e recursos – ainda que poucos – na produção e disseminação dessas mídias. Ademais, investigar a possível transposição de assimetrias e preconceitos e desigualdades já conhecidos do offline para a arena online, mais propriamente na memesfera. Com tal análise mais aprofundada, talvez seja possível perceber a política e o jogo de poder que envolve a participação na cultura memética.

As estatísticas mundiais e brasileiras têm apontado para a tendência do aumento do número de usuários da rede mundial de computadores e, de modo mais específico, das plataformas de mídias sociais. Com isso, há fortes indícios de que a cultura dos memes se amplificará ainda mais e abrangerá mais indivíduos. Como vimos, trata-se da

particularidade da cibercultura de criar um individualismo conectado em redes, por mais contraditório que possa parecer. Fato é que por motivos como o desejo de ser reconhecido como alguém criativo, inteligente, moderno e digitalmente hábil e, para além dos atributos individuais, desenvolver um senso de pertencimento e comunidade na esfera pública digital, as pessoas criam e postam memes, alimentando uma cultura que é observada globalmente.

Referências Bibliográficas

ADEWUNMI, Bim. **Today is The First #BlackOutDay, And It Is Wonderful.** 6 de março de 2015. Em https://www.buzzfeed.com/bimadewunmi/blackoutday-is-blackity-black-yall?utm_term=.acr9MJVxpN#.cpVRQWbO0y. Acesso em 6 de agosto de 2016.

ALESSI, Gil e BORGES, Rodolfo. **Em áudio, dono da JBS contou a Temer seu plano para “segurar” investigação.** 19 de maio de 2017 Em : https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/18/politica/1495143431_030938.html. Acesso em 2 de julho de 2018.

ALVES, Cristhiane Souza. **Entendendo nas entrelinhas: como as crianças compreendem ironia em discursos argumentativos.** Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011

ARAÚJO, Glaucio. **Grampo em conversa com Dilma é 'arbitrariedade', diz advogado de Lula.** 16 de março de 2016. Em <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/03/divulgacao-de-audio-de-lula-e-dilma-estimula-convulsao-social-diz-advogado.html>.. Acesso em 9 de agosto de 2018.

AVENDAÑO, Tom. C. **Fora meme ? Como o governo Temer virou inimigo da indústria das piadas na Internet.** 27 de maio de 2017. Em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/27/ciencia/1495899503_382776.html. Acesso em 4 de julho de 2018.

BARRETO, Krícia Helena. **Os memes e as interações sociais na internet: uma interface entre práticas rituais e estudos de face.** Tese (doutorado). Juiz de Fora, 2015.

BATISTA, Rosana Roseo e CAVALCANTE, Andrea Pinheiro Paiva. **A ressignificação do sarcasmo nas redes sociais: um estudo de caso sobre a página snapchat motivacional.** Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2015.

BBC, Brasil. **De aprovação recorde ao impeachment: relembre os principais momentos do governo Dilma.** 29 de agosto de 2016. Em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-37207258>. Acesso em 09 de agosto de 2018.

BENNETT, L. W.; SEGERBERG, A. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. **Information, Communication & Society**, v. 15, n. 5, p. 739–768, 2012.

BERGSON, Henry. **O riso: Ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

BERROCAL, S., CAMPOS-DOMINGUEZ, E., & REDONDO, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El «politainment» en YouTube [Media prosumers in political communication: The “politainment” in YouTube]. **Comunicar**, 43(22), 65–72.

BLACKMORE, Susan. **The Meme Machine**. Oxford Oxford University Press, 1999.

BONIN, Robson. **Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope**. 16 de dezembro de 2010. Em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em 9 de agosto de 2018.

BÖRZSEI, Linda. K. Makes a meme instead: A concise history of Internet memes. **New Media Studies** 7, 2013

CANNIZZARO, Sara. Internet memes as Internet signs: A semiotic view of digital culture. **Sign Systems Studies**, 44(4), 2016

CERIONI, Clara. **8 marcas que acertaram na hora de usar memes como propaganda**. 24 de abril de 2017. Em <https://exame.abril.com.br/marketing/8-marcas-acertaram-usar-memes-propagandas/>. Acesso em 22 de julho de 2018.

CHAGAS, Viktor. “Não Tenho Nada A Ver Com Isso”: Cultura Política, Humor E Intertextualidade Nos Memes Das Eleições 2014. **Em: Encontro Anual da Compós**, 25, Goiânia: UFG, 2016.

CHAGAS, Viktor. Entre criadores e criaturas: uma análise sobre a relação entre memes de internet e propriedade intelectual. Em **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, 2015.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; RIOS, Daniel e MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de

conteúdo sobre memes dos debates nas eleições de 2014. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 173-196, jan./abr. 2017

CHAGAS, Viktor; TOTH, Janderson Pereira. **Monitorando memes em mídias sociais**. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (orgs.) Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

CHRISTENSEN, H. S. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? **First Monday**, 16(2), 2011.

COSTA, Alex Alexandre Augusto da. **Dilma Bolada x Dilma Rousseff: a construção da imagem da presidente na Copa do Mundo do Brasil**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2017.

COSTA, Alexandre Augusto da; OLIVEIRA, Luiz Ademir; NEVES, Teresa Cristina da Costa. Dilma Bolada: a paródia da presidente da República nas redes sociais digitais. **Comunicação & Mercado/UNIGRAN**, Dourados, v. 5, p. 11-23, jan-jun 2016.

COSTA, Flávio e LOPES, Nathan. **Lula depõe por 2 horas e, ao final, pergunta se terá um juiz imparcial; Moro diz que sim**. 13 de setembro de 2017. Em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/09/13/moro-encerra-interrogatorio-de-lula-em-processo-sobre-terreno.htm>. Acesso em 09 de agosto de 2018.

CUNHA, Ana Rita, MENEZES, Luiz Fernando e LIBÓRIO, Bárbara. **Os desdobramentos do caso triplex até o pedido de prisão de Lula**. 05 de abril de 2018. Em https://aosfatos.org/timeline_lula/. Acesso em 09 de agosto de 2018.

DAWKINS, R. **The selfish gene**. Oxford: OUP, 1976.

DESIDÉRIO, Mariana e SOUZA, Beatriz. **Onde estão os 24 condenados por causa do Mensalão**. 13 de setembro de 2016. Em <https://exame.abril.com.br/brasil/onde-estao-os-24-condenados-por-causa-do-mensalao/>. Acesso em 09 de agosto de 2018.

DIAS, Tayrine dos Santos. **"É uma batalha de narrativas": os enquadramentos de ação coletiva em torno do impeachment de Dilma Rousseff no Facebook**. 2017. 120 f., il. Dissertação (Mestrado em Ciência Política)—Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

DUARTE, Letícia. **Como as redes sociais formam bolhas de radicalização e intolerância**. 18 de novembro de 2016. Em

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2016/11/como-as-redes-sociais-formam-bolhas-de-radicalizacao-e-intolerancia-8377226.html>. Acesso em 16 de agosto de 2018.

DYNEL, Marta ‘I has seen image macros!’ Advice animal memes as visual-verbal jokes. **International Journal of Communication**, 10, 660–688, 2016

FERNANDES, J. D. C. Introdução à Semiótica. Em : ALDRIGUE, Ana Cristina de Sousa, LEITE, Jan Edson Rodrigues. (Org.). **Linguagens: Usos e Reflexões** V. 8. 1ed. João Pessoa : Editora da UFPB, 2011

FERNANDES, Marcella. **Rejeição a Temer: Aumenta de 72% para 79% número de brasileiros que acham governo ruim ou péssimo, diz CNI/Ibope**. 28 de junho de 2018. Em <https://www.huffpostbrasil.com/2018/06/28/rejeicao-a-temer-aumenta-de-72-para-79-numero-de-brasileiros-que-acham-governo-ruim-ou-pessimo-diz-cni-ibope-a-23470065/>. Acesso em 3 de julho de 2018.

FREIRE, Fernanda Alcântara. Eleições municipais no Rio e os memes como ferramenta de desqualificação em campanhas eleitorais. **Anais do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA)**. UFRGS, Porto Alegre, Maio de 2017.

G1 Paraná .**Lula é condenado na Lava Jato a 9 anos e 6 meses de prisão no caso do triplex**. 12 de julho de 2017.Em <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/lula-e-condenado-na-lava-jato-no-caso-do-triplex.ghtml>. Acesso em 9 de agosto de 2018.

G1 Paraná. **Lula chega a Curitiba para cumprir pena por corrupção e lavagem de dinheiro**. 7 de abril de 2018b. Em <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/lula-chega-a-curitiba-para-cumprir-pena-por-corrupcao-passiva-e-lavagem-de-dinheiro.ghtml>. Acesso em 18 de agosto de 2018.

G1 Paraná. **Moro determina prisão de Lula para cumprir pena no caso do triplex**. 5 de abril de 2018a. Em <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/moro-determina-prisao-de-lula-para-cumprir-pena-no-caso-do-triplex-em-guaruja.ghtml>. Acesso em 18 de agosto de 2018.

G1, Brasília..**Governo Temer tem aprovação de 5% e reprovação de 73%, diz Datafolha**. 2 de outubro de 2017. Em <https://g1.globo.com/politica/noticia/governo-temer-tem-aprovacao-de-5-e-reprovacao-de-73-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em 2 de julho de 2018.

G1, São Paulo e Curitiba. **Depoimento de Lula a Moro: veja todos os VÍDEOS e os principais pontos.** 11 de maio de 2017. Em <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/depoimento-de-lula-a-moro-veja-os-videos-e-os-principais-pontos.ghtml>. Acesso em 9 de agosto de 2018.

GAMBARATO, Renira Rampazzo e KOMESU, Fabiana. “What Are You Laughing At? Former Brazilian President Dilma Rousseff’s Internet Memes across Spreadable Media Contexts”. **Journal of Creative Communications**, 13.2, 2018

GARCIA, G.; CALGARO, F.; PASSARINHO, N. **Senadores aprovam parecer, Dilma vira ré e vai a julgamento em plenário.** 10 de agosto de 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/08/senadores-aprovam-parecer-dilma-vira-re-e-vai-julgamento-em-plenario.html>. Acesso em 6 agosto de 2018.

GIANNINI, Luciano. Memes, repertório e cultura digital: um estudo de caso dos conteúdos publicados pela Prefeitura Municipal de Curitiba, a Prefs. **R. Dito Efeito**, Curitiba, v. 8, n. 12, p. 1-15, jan./jun. 2017

GONÇALVES, Pollyanna; DALIP, Daniel; REIS, Julio; MESSIAS, Johnnatan; RIBEIRO, Filipe; MELO, Philipe; ARÁUJO, Leandro & BENEVENUTO, Fabrício; GONÇALVES, Marcos. Bazinga! Caracterizando e Detectando Sarcasmo e Ironia no Twitter. Conference: **In Proceedings of the Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining (BraSNAM)**. Recife, 2015.

GRANOVETTER, M. “The Strength of Weak Ties”. **American Journal of Sociology**, 78(6): 1360-1380, 1973

GUERREIRO, Anderson e SOARES, Neiva Maria Machado. Os memes vão além do humor: Uma leitura multimodal para a construção de sentidos. **Revista Texto Digital**, Florianópolis, 2016.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016: **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal.** 21 de abril de 2018. Em https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/c62c9d551093e4b8e9d9810a6d3bafff.pdf . Acesso em 2 de julho de 2018.

JENKINS, Henry et al., **Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century**. (2006) Em <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf> . Acesso em 15 de agosto de 2018.

KEMP, Simon. **Digital in 2018 : World's Internet Users Pass the 4 billion Mark**. 30 de janeiro de 2018. Em <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Acesso em 03 de julho de 2018.

KERVALT, Marcelo. **Lula lidera intenções de voto com Bolsonaro em segundo lugar, diz pesquisa CNT**. 14 de maio de 2018. Em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2018/05/lula-lidera-intencoes-de-voto-com-bolsonaro-em-segundo-lugar-diz-pesquisa-cnt-cjh6ebjtc080g01qokjeqigal.html>. Acesso em 20 de junho de 2018.

KNOBEL, M., & LANKSHEAR C. **A new literacies sampler**. New York: Peter Lang, 2007

LATTMAN-WELTMAN, F. Democracia e revolução tecnológica em tempos de cólera: influência política e midiática e radicalização militante. In: **Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política**, Rio de Janeiro: Compolítica, 2015.

LE MOS, André. **Ciber-cultura-remix**. São Paulo, Itaú Cultural, 2005. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf> . Acesso em 05 de maio de 2018.

LINHARES, Juliana. **Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”**. 18 de abril de 2016. Em <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>. Acesso em 3 de julho de 2018.

LUNARDI, Gabriela. **Meet Gretchen, Meme Queen of the Brazilian internet..** 12 de julho de 2017. Em <https://medium.com/dmrc-at-large/meet-gretchen-meme-queen-of-the-brazilian-internet-675cf587364>. Acesso em 4 de agosto de 2018.

LUPION, Bruno. **Os argumentos centrais a favor e contra o impeachment**. 1 de abril de 2016. Em <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/04/01/Os-argumentos-centrais-a-favor-e-contra-o-impeachment>. Acesso em 6 de agosto de 2018.

MARTÍN, María.. **Memes, a única instituição funcionando plenamente no Brasil.** 19 de maio de 2017. Em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/18/politica/1495122702_582065.html. Acesso em 04 de julho de 2018.

MARTÍNEZ, H.L. **Rússia declara ilegal compartilhar esta imagem de Putin maquiado.** 9 de abril de 2017. Em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/07/internacional/1491565697_732808.html.. Acesso em 2 de julho de 2018.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais, Linguagens, Ambientes e Redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

MENDES, Cleise Furtado. Construindo a comicidade: sátira e ironia. **Anais do V Congresso da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Artes Cênicas.** Belo Horizonte, 2008.

MILNER, Ryan M. **The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media.** The MIT Press, 2016.

MILNER, Ryan. Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement. **International Journal of Communication** 7, 2013

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio.** Trad. Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: UNESP, 2003.

MOROZOV, Evgeny. “The brave new world of slacktivism,” **Foreign Policy** (19 May), 2009. Em <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>. Acesso em 05 de julho de 2018.

OLIVEIRA, Mariana. **Barroso concede perdão da pena de José Dirceu no mensalão do. PT.** 17 de outubro de 2016. Em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/10/barroso-concede-perdao-da-pena-de-jose-dirceu-no-mensalao-do-pt.html>. Acesso 09 de agosto de 2018.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso.** São Paulo: Ática, 1992

RAJADESINGAN, Ashwin, ZAFARANI, Reza e LIU, Huan. Sarcasm detection on twitter: A behavioral modeling approach. **In Proc. of the ACM Int. Conference on Web Search and Data Mining, WSDM '15**, pages 97–106, New York, NY, USA, 2015.

RAMALHO, Renan e OLIVEIRA, Mariana. **Dilma recorre ao Supremo e pede novo julgamento do impeachment.** 1 de setembro de 2016. Em <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/09/defesa-de-dilma-recorre-ao-supremo-contradecisao-do-senado.html>. Acesso em 06 de agosto de 2018.

RECUERO, Raquel. Contribuições da análise de redes sociais para o estudo de redes sociais na Internet: o caso da hashtag #tamojuntoDilma e #calaabocaDilma, em: **Revista Fronteiras** 16(2), 2014a

RECUERO, Raquel. Discutindo análise de conteúdo como método: o #diadaconsciêncianegra no Twitter. **Caderno de Estudos Linguísticos** 56(2): 289-309, 2014b

RECUERO, Raquel. **Introdução à Análise de Redes Sociais Online**, Salvador: EDUFBA, 2017.

RECUERO, Raquel. Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na internet. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 15, p. 1-16, julho/dezembro, 2006

RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 32, abril de 2007.

SANTIAGO, Ariadne; VON BÜLOW, Marisa; DIAS, Tayrine dos S., GOMES, Alexandre. Impeachment ou Golpe? As Disputas por Significados no Twitter. **Anais do III Encontro Internacional Participação, Democracia e Políticas Públicas**. UFES, Espírito Santo, 2017.

SANTOS, Janaína e HARMATA, Felipe. Análise de Caso da Prefeitura de Curitiba – A relação entre humor e serviço público na comunicação em redes sociais. **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Bauru, São Paulo, 2013.

SANTOS, João Guilherme Bastos e CHAGAS, Viktor. A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** | E-compós, Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017.

SARMENTO, Rayza e CHAGAS, Viktor. *Bela, Recatada e do Bar : memes de internet, política e gênero*. **Grupo de Trabalho Comunicação e Democracia do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA)**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), maio de 2017.

SCHIFANELLA, Rossano, JUAN, Paloma de, TETREAULT, Joel e CAO, LiangLiang. Detecting Sarcasm in Multimodal Social Platforms. In : **Proceedings of the 2016 ACM on Multimedia Conference (MM '16)**. ACM, New York, NY, USA, 1136-1145, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1145/2964284.2964321>

SCHREIBER, Mariana. **Risco de prisão de Lula aumenta e eleva pressão para STF definir detenção após segunda instância**. 06 de março de 2018. Em <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43310918> . Acesso em 6 de março de 2018

SHIFMAN, Limor. **Memes in Digital Culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.

SIBILIA, Paula. “Você é o que Google diz que você é”: a vida editável, entre controle e espetáculo. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 42, p. 214-231, maio/ago. 2018

SILVA, Fábio Araújo da Silva. **Deteção de Ironia e Sarcasmo em Língua Portuguesa: uma abordagem utilizando Deep Learning**. Monografia (Ciência da Computação). Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá ,2018.

SOUZA, Renato. **Empresas de comprador do triplex têm contratos com o setor público**. 16 de maio de 2018. Em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/05/16/interna_politica,680971/empresas-de-comprador-do-triplex-tem-contratos-com-o-setor-publico.shtml. Acesso em 3 de junho de 2018.

SP, G1. **Lula se entrega à PF e é preso para cumprir pena por corrupção e lavagem de dinheiro**. 07 de abril de 2018. Em <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/lula-se-entrega-a-pf-para-cumprir-pena-por-corrupcao-e-lavagem-de-dinheiro.ghhtml>. Acesso em 4 de agosto de 2018.

SPIVACK, Nova. **A Physics of ideas: the physical properties of memes**. 2004. Disponível em: <http://www.novaspivack.com/science/a-physics-of-ideas-measuring-the-physical-properties-of-memes>. Acesso em 3 de julho de 2018.

STF, Imprensa. **STF concede salvo-conduto ao ex-presidente Lula até julgamento final de habeas corpus.** 22 de março de 2018. Em <http://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=373249>. Acesso em 09 de agosto de 2018.

TABACARU, Sabina. Uma visão geral das Teorias do Humor: aplicação da Incongruência e da Superioridade ao sarcasmo. Trad. Douglas Rabelo de Sousa, Maria Gabriela Rodrigues de Castro, Winola Weiss Pires Cunha, Filipe Mantovani Ferreira. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 9, p. 115-136, dez.2015.

TERTO, Amauri. Precisamos decidir qual é o melhor meme de Sandra Annenberg no Jornal Hoje. 24 de novembro de 2017. Em https://www.huffpostbrasil.com/2017/11/23/precisamos-decidir-qual-e-o-melhor-meme-de-sandra-annenberg_a_23286644/. Acesso em 28 de julho de 2017.

UOL. Leia a íntegra do depoimento de quase 5 horas de Lula a Moro na Lava Jato. 12 de maio de 2017. Em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/05/12/leia-a-integra-do-depoimento-de-quase-5-horas-de-lula-a-moro-na-lava-jato.htm>. Acesso em 9 de agosto de 2018.

UOL. **Mensalão julgou 37 e condenou 24; relembre o caso dez anos depois.** 5 de junho de 2015. Em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2015/06/05/dez-anos-depois-relembre-o-caso-mensalao.htm> . Acesso em 9 de agosto de 2018.

VON BÜLOW, Marisa; VILAÇA, Luiz & ABELIN, Pedro Henrique: Varieties of digital activist practices: students and mobilization in Chile, **Information, Communication & Society**, 2018. Em <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1451550>. Acesso em 2 de julho de 2018.

WELLS, Chris, VRAGA, Emily, THORSON, Kjerstin., EDGERLY, Stephanie & BODE, Leticia. **Youth civic engagement**. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp. 199–220). Northampton, MA: Edward Elgar, 2015.

WILSON, Deirdre & SPERBER, Dan. **Explaining irony**. In D. Wilson & D. Sperber, *Meaning and Relevance*. (Cambridge University Press), 123-145. (2012)

WURMEISTER, Fabiula e BITTENCOURT, Cícero. **Tiros contra caravana de Lula foram um ataque planejado, diz delegado.** 2 de maio de 2018. Em <https://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/tiros-contracaravana-de-lula-foram-um-ataque-planejado-diz-delegado.ghtml>. Acesso em 4 de agosto de 2018.

ZUCKERMAN, Ethan. **"Mistrust, efficacy and the new civics: Understanding the deep roots of the crisis of faith in journalism."** Knight Commission Workshop on Trust, Media and American Democracy, Aspen Institute, 2017.